

***AUGMENTED REALITY* BUKU EDUKASI MAHABARATA RUPA
TOKOH WAYANG PANDAWA UNTUK REMAJA**

TUGAS AKHIR KEKARYAAN



Disusun Oleh :

Akhmad Syaiful Anwar

13151102

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA

SURAKARTA

2018

***AUGMENTED REALITY* BUKU EDUKASI
TOKOH PANDAWA
DALAM MEMPERKENALKAN WAYANG
UNTUK REMAJA
TUGAS AKHIR KEKARYAAN**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai derajat
Sarjana Strata-1 (S-1) Program Studi Desain Komunikasi Visual



Disusun Oleh:

Akhmad Syaiful Anwar

13151102

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA**

2018

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR KARYA

**AUGMENTED REALITY BUKU EDUKASI TOKOH PANDAWA
DALAM MEMPERKENALKAN WAYANG UNTUK REMAJA**

Oleh

AKHMAD SYAIFUL ANWAR

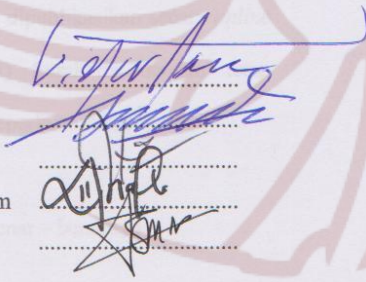
NIM. 13151102

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji

Pada tanggal 31 Januari 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji : Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn
Penguji Bidang I : Basnendar H. P., S.Sn., M.Ds
Penguji Bidang II : Handriyotopo, S.Sn., M.Sn
Sekretaris Penguji : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum
Dosen Pembimbing : Asmoro N. P., S.Sn., M.Sn



Tugas Akhir Karya ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn) pada Institut Seni Indonesia Suarakarta

Surakarta, 5 Februari 2018

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Joko Budiwiyanto, S.Sn., M.A.

NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Syaiful Anwar

NIM : 13151102

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Karya) berjudul:

“Augmented Reality Buku Edukasi Tokoh Pandawa Dalam Memperkenalkan Wayang Untuk Remaja”

Adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dan karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan dicetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 31 Januari 2018

Yang menyatakan,



Akhmad Syaiful Anwar

NIM. 13151102

ABSTRAK

***AUGMENTED REALITY* BUKU EDUKASI TOKOH PANDAWA DALAM MEMPERKENALKAN WAYANG UNTUK REMAJA**

Akhmad Syaiful Anwar

NIM. 13151102

Wayang Kulit Purwa merupakan warisan budaya nenek moyang yang sudah disahkan oleh UNESCO sebagai salah satu warisan budaya asal Indonesai. Sejatinya wayang merupakan kesenian yang tebuat dari kulit hewan atau kayu diukir menyerupai wujud manusia yang meiliki karakter dan sifat yang berbeda – beda. Wayang adalah kebudayaan dari tanah sunda, jawa, bali yang memiliki ke khas an tersendiri. Setiap daerah meiliki alur cerita, bentuk dan corak yang berbeda beda yang disesuaikan dengan lingkungannya. Perkembangan zaman yang semakin pesat dengan pengaruh globalisasi yang mampu menggeser budaya lokal, praktis budaya lokal semakin ditinggalkan, selain itu wayang sebagai salah satu budaya yang mulai ditinggalkan karena dinilai tidak mempresentasikan anak remaja zaman sekarang. Banyak bermunculan hiburan – hiburan lain yang mampu menarik minat remaja dan membuat wayang dengan cepat ditinggalkan. Sudah banyak upaya dari masyarakat maupun pemerintah dalam menangani degradasi budaya yang sangat mengkhawatirkan, akan tetapi belum ada peningkatan yang berarti. Penggabungan antara teknologi dan budaya merupakan jawaban yang tepat untuk melestarikan budaya. *Augmented reality* bisa menjadi jawaban teknologi yang sesuai untuk memperkenalkan wayang kepada anak remaja. Penggunaan teknologi *augmented reality* akan mendorong remaja untuk lebih mengetahui secara luas tentang budaya, khususnya wayang. Penciptaan buku dengan pemanfaatan teknologi *augmented reality* akan diawali dengan eksplorasi, eksperimen, evaluasi dan perwujudan. Media promosi juga tidak terlepas dari bahasan, karena promosi merupakan kunci dalam mengenalkan sebuah produk kepada konsumen. Adanya produk yang menarik tetapi tidak adanya promosi, kemungkinan produk tersebut gagal sangat besar. Bentuk promosi beragam, salah satunya adalah video ads yang sekarang marak karena dinilai lbih efektif. Maka promosi menjadi poin utama untuk memperkenalkan Buku Edukasi Wayang Pandawa dengan teknologi *augmented reality*.

Keywords : *Budaya, Wayang, Pemanfaatan Teknologi, Augmented Reality, Promosi*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Kekaryaan. Tugas Akhir Kekaryaan ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S.Sn) di bidang desain pada Program Sarjana S-1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta.

Pada proses penyelesaian laporan TA Kekaryaan, banyak mengalami hambatan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari beberapa pihak akhirnya kesulitan-kesulitan yang dihadapi dapat teratasi. Maka dengan segenap ketulusan hati, menyampaikan terima kasih kepada:

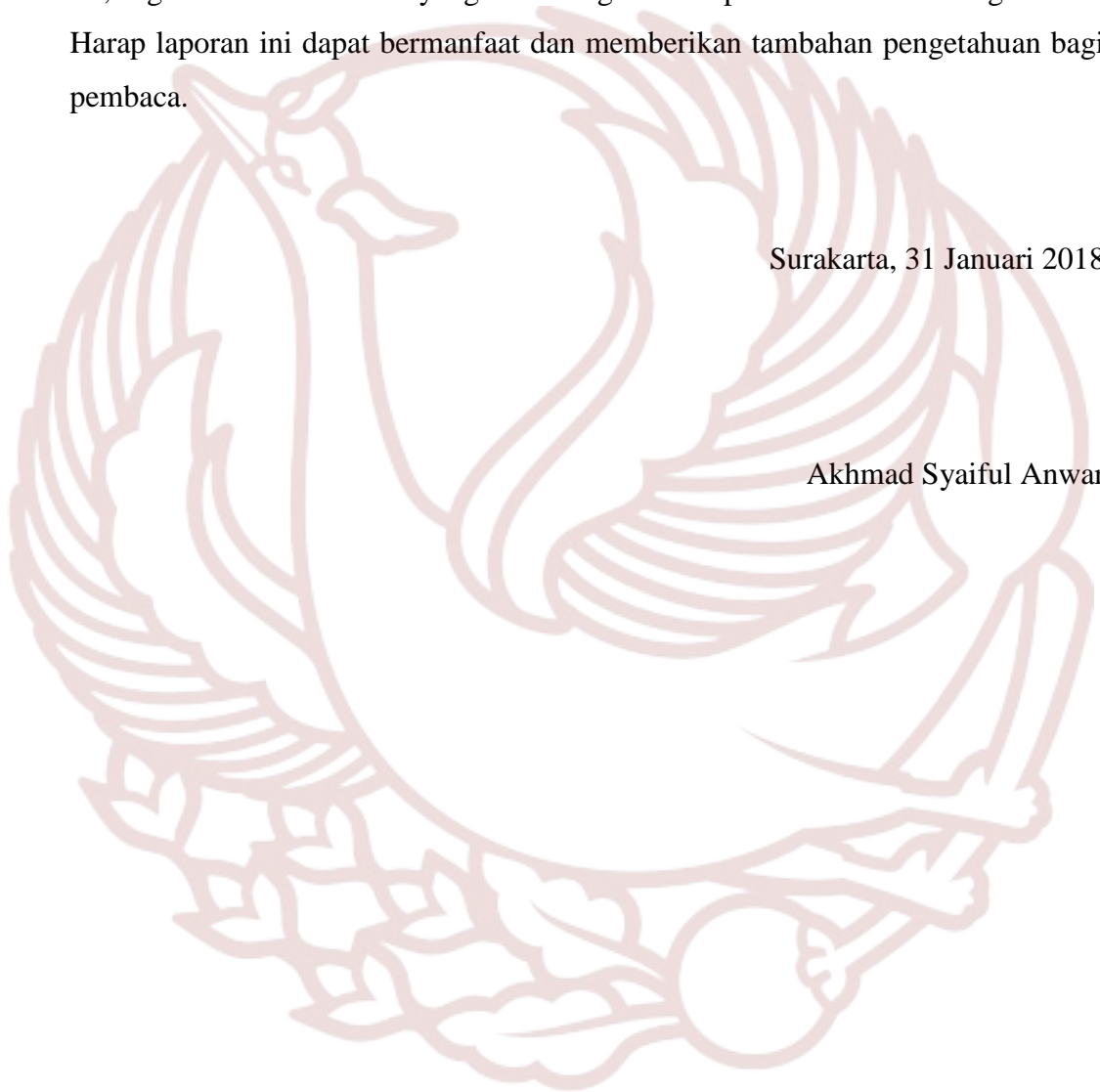
1. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Kekaryaan yang telah memberi bimbingan, arahan dan motivasi sehingga dapat terselesaikan Laporan TA Kekaryaan.
2. Basnendar Herry Prilosadoso, S.Sn., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan izin dan pengarahan dalam pelaksanaan TA Kekaryaan.
3. Seluruh dosen Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi mahasiswa dalam melaksanakan TA Kekaryaan ini.
4. R.M. Soeharno, S.Kar, selaku narasumber yang telah memberikan banyak masukan dan data selama pengerjaan TA Kekaryaan.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang memberikan dukungan spiritual maupun material, semangat serta motivasi yang menjadikan penulis tetap bertahan dan terus berjuang.
6. Teman-teman Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta angkatan 2013 yang memberikan dukungan serta menjadi penyemangat dalam melaksanakan TA Kekaryaan.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu – persatu yang telah

mendukung praktikan sehingga laporan ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir Kekaryaan ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang membangun akan praktikan terima dengan baik. Harap laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca.

Surakarta, 31 Januari 2018

Akhmad Syaiful Anwar



DAFTAR ISI

COVER	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Ide/ Gagasan Penciptaan	7
C. Tujuan Penciptaan	7
D. Manfaat Penciptaan	8
E. Tinjauan Sumber Penciptaan.....	8
1. Jurnal.....	9
2. Tugas Akhir	10
F. Landasan Penciptaan	12
G. Metode Penciptaan	14

1. Tahap Penciptaan Buku	15
2. Tahap Penciptaan Media Promosi	16
H. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA.....	19
A. Identifikasi.....	19
1. Tinjauan Wayang Nusantara.....	19
a) Pengertian Wayang	19
b) Sejarah Wayang	20
c) Pembagian Jenis Wayang.....	22
d) Tokoh Wayang Pandawa.....	25
2. Tinjauan tentang Promosi	35
a) Pengertian Promosi	35
b) Promosi <i>Booth</i>	39
3. Tinjauan tentang Buku Sebagai Media Edukasi.....	41
a) Pengertian Buku	41
b) Jenis – Jenis Buku	43
c) Desain Visual Indonesia.....	44
d) Gaya Visual Ilustrasi	50

e)	Visual Remaja Kota Surakarta	54
4.	Tinjauan <i>Augmented Reality</i> sebagai Penunjang Media Edukasi	60
a)	Pengertian <i>Augmented Reality</i>	60
b)	Sejarah <i>Augmented Reality</i>	61
c)	<i>Authoring Software Augmented Reality</i>	63
d)	Macam – Macam <i>Marker Augmented Reality</i>	65
e)	Pengaplikasian <i>Augmented Reality</i>	70
B.	Analisis dan Sintetis	76
1.	Analisis	76
a)	<i>Strength</i>	77
b)	<i>Weakness</i>	79
c)	<i>Opportunities</i>	81
d)	<i>Treaths</i>	82
2.	Sintetis	83
BAB III KONSEP PERANCANGAN		85
A.	Konsep Kreatif	85
1.	Tujuan Kreatif	85
2.	Strategi Kreatif	86

3.	Tujuan Media.....	86
4.	Strategi Media.....	88
5.	Tujuan Promosi.....	89
6.	Strategi Promosi.....	90
B.	Eksplorasi Data Teknis.....	91
1	Judul	93
2	Ukuran.....	93
3	Bahan	93
4	Halaman	93
5	Target audien	93
C.	Eksperimen Studi Visual.....	93
1.	Teknik Gambar	93
2.	Gaya Gambar	94
3.	Sketsa.....	95
4.	Tipografi	98
5.	Pewarnaan.....	99
6.	Tokoh.....	100
7.	<i>Layout</i>	103

8.	<i>User Interface</i>	103
a)	<i>Icon</i>	106
b)	Menu Utama.....	107
c)	Tombol.....	109
9.	3 Dimensi.....	110
10.	Media Promosi Pameran	111
a)	<i>Booth</i>	111
b)	<i>Video Ad</i>	113
c)	Poster.....	114
d)	<i>Leaflet</i>	115
e)	<i>X Banner</i>	116
11.	Media Pendukung Promosi	117
a)	Kaos	117
b)	Mug	118
c)	<i>Sticker</i>	118
BAB IV PENCIPTAAN KARYA		120
A.	Desain Visual	120
1.	Desain Karakter.....	120

a) Yudhistira.....	122
b) Bima.....	123
c) Arjuna.....	126
d) Nakula.....	128
e) Sadewa.....	130
2. Desain Senjata.....	132
3. Desain <i>Layout</i>	133
4. Desain 3D.....	135
5. <i>User Interface</i>	135
a) Tombol.....	135
b) Menu Utama.....	137
c) <i>Icon</i>	139
6. Media Promosi.....	141
a) <i>Booth</i>	141
b) <i>Video Ad</i>	144
c) Poster.....	145
d) <i>Leaflet</i>	149
e) <i>X Banner</i>	150

7. Media Pendukung Promosi.....	151
a) Kaos	151
b) Mug	153
c) <i>Sticker</i>	154
BAB V.....	155
PENUTUP.....	155
A. Kesimpulan.....	155
B. Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wayang Purwa	23
Gambar 2. Wayang Beber Zaman Penjajahan	24
Gambar 3. Wayang Kulit Yudhistira Gagrak Surakarta	27
Gambar 4. Wayang Kulit Bima Gagrak Surakarta.....	29
Gambar 5. Wayang Kulit Arjuna Gagrak Surakarta	31
Gambar 6. Wayang Kulit Nakula Gagrak Surakarta.....	32
Gambar 7. Wayang Kulit Sadewa Gagrak Surakarta.....	34
Gambar 8. Booth Buku	39
Gambar 9. Layout Komik Baratayuda	47
Gambar 10. Layout Buku <i>The Book of Heaven's</i>	48
Gambar 11. Layout Buku <i>New Eden</i>	49
Gambar 12. Gatotkaca Versi <i>Visdev</i>	51
Gambar 13. Gatotkaca Versi <i>Manga</i>	52
Gambar 14. Gatotkaca Versi <i>Realis</i>	52
Gambar 15. Gatotkaca Versi <i>Siluet</i>	53
Gambar 16. Gatotkaca Versi <i>Chibi</i>	54
Gambar 17. Proporsi Karakter <i>Chibi</i>	56

Gambar 18. Sketsa Wajah	56
Gambar 19. Sketsa Badan	57
Gambar 20. Gambar detail Wajah.....	57
Gambar 21. Gambar Rambut	58
Gambar 22. Gambar Baju	58
Gambar 23. Gambar Tangan dan Kaki	59
Gambar 24. Hapus Garis Bantu dan Warna	59
Gambar 25. Awal Percobaan <i>Virtual Reality</i>	62
Gambar 26. <i>Software Augmented Reality Vuforia</i>	64
Gambar 27. <i>Marker Augmented Reality</i>	66
Gambar 28. <i>Face Tracking Marker</i>	67
Gambar 29. <i>3D Object Tracking</i>	68
Gambar 30. <i>Motion Tracking</i>	69
Gambar 31. <i>GPS Based Tracking</i>	69
Gambar 32. <i>Augmented Reality</i> Dibidang Pendidikan.....	72
Gambar 33. <i>Augmented Reality</i> Dibidang <i>Visual Art</i>	74
Gambar 34. <i>Augmented Reaity</i> Dibidang Periklanan.....	75
Gambar 35. Komik Garudayana Saga.....	94

Gambar 36. Komik Si Juki.....	95
Gambar 37. Sketsa Proporsi Lima Kepala	96
Gambar 38. Sketsa Proporsi Tiga Kepala	97
Gambar 39. Sketsa Gelung Sumping	98
Gambar 40. Contoh <i>Font</i>	99
Gambar 41. <i>Layout Ensueños Book</i>	103
Gambar 42. <i>User Interface Octagon</i>	104
Gambar 43. Rancangan Desain <i>Icon</i>	107
Gambar 44. Desain Menu Utama 1.....	107
Gambar 45. Desain Menu Utama 3.....	108
Gambar 46. Desain Menu Utama 2.....	108
Gambar 47. Rancangan Tombol 1	109
Gambar 48. Rancangan Desain Tombol 2	109
Gambar 49. Rancangan Desain Tombol 3	110
Gambar 50. Serial Animasi "Adit & Sopo Jarwo"	111
Gambar 51. Panggung Wayang Golek.....	112
Gambar 52. Contoh <i>Puppet Booth</i>	113
Gambar 53. Rancangan <i>Storyboard</i>	114

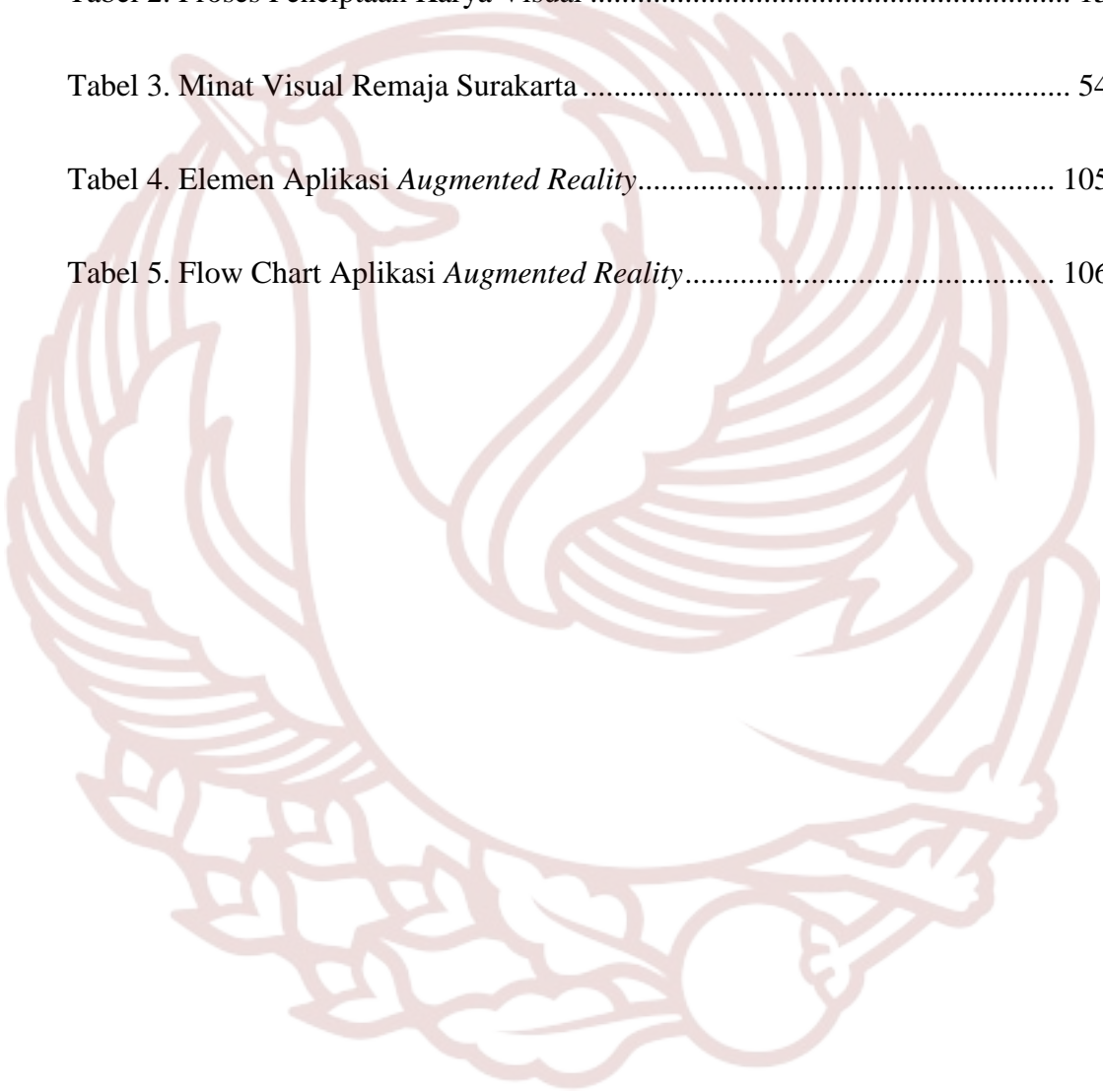
Gambar 54. Rancangan Desain Poster	115
Gambar 55. Rancangan Desain <i>Leaflet</i>	115
Gambar 56. Rancangan <i>X Banner</i>	116
Gambar 57. Rancangan Desain Kaos	117
Gambar 58. Rancangan Desain Mug	118
Gambar 59. Rancangan Desain <i>Sticker</i>	119
Gambar 60. (Kiri) Proporsi lima kepala, (tengah) proporsi empat kepala, (kanan) proporsi Tiga Kepala	121
Gambar 61. Yudhistira <i>Pose Action</i>	122
Gambar 62. Yudhistira <i>Pose Action</i>	123
Gambar 63. Bima <i>Pose Idle</i>	124
Gambar 64. Adegan Bima Mengalahkan Raksasa	125
Gambar 65. Bima <i>Pose Action</i>	125
Gambar 66. Arjuna <i>Pose Idle</i>	126
Gambar 67. Arjuna <i>Pose Action</i>	127
Gambar 68. Arjuna mengikuti lomba memanah	128
Gambar 69. Nakula <i>Pose Action</i>	129
Gambar 70. Nakula <i>Pose Idle</i>	129

Gambar 71. Sadewa <i>Pose Idle</i>	130
Gambar 72. Sadewa <i>Pose Action</i>	131
Gambar 73. Nakula dan Sadewa bertempur melawan Raksasa Sapujagad.....	132
Gambar 74. Senjata - Senjata Tokoh Pandawa	133
Gambar 75. Judul Buku	134
Gambar 76. Layout Buku Mahabarata Rupa.....	134
Gambar 77. Desain Karakter 3D	135
Gambar 78. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 1	136
Gambar 79. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 2	136
Gambar 80. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 3).....	137
Gambar 81. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabarata Rupa 1	138
Gambar 82. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabarata Rupa 2	138
Gambar 83. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabarata Rupa 3	139
Gambar 84. Desain Icon Aplikasi Mahabarata Rupa 2.....	140
Gambar 85. Desain Icon Aplikasi Mahabarata Rupa 1	140
Gambar 86. Desain Icon Aplikasi Mahabarata Rupa 3.....	141
Gambar 87. Desain <i>Stand Book</i> 1	142
Gambar 88. Desain <i>Stand Book</i> 2	143

Gambar 89. Desain <i>Stand Booth</i> 3	144
Gambar 90. Iklan <i>Video Ad</i> Buku Mahabarata Rupa.....	145
Gambar 91. Desain Poster 1	145
Gambar 92. Desain Poster 2.....	146
Gambar 93. Desain Poster 4.....	147
Gambar 94. Desain Poster 3.....	147
Gambar 95. Desain Poster 5.....	148
Gambar 96. Desain Poster 6.....	149
Gambar 97. Desain <i>Leaflet</i>	150
Gambar 98. Desain <i>X Banner</i>	151
Gambar 99. Desain Kaos 1.....	152
Gambar 100. Desain Kaos 2.....	152
Gambar 101. Desain Mug 1	153
Gambar 102. Desain Mug 2	153
Gambar 103. Desain <i>Sticker</i> 1.....	154
Gambar 104. Desain <i>Sticker</i> 2.....	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penyebaran Angket tentang pengetahuan umum remaja terhadap wayang	3
Tabel 2. Proses Penciptaan Karya Visual	15
Tabel 3. Minat Visual Remaja Surakarta	54
Tabel 4. Elemen Aplikasi <i>Augmented Reality</i>	105
Tabel 5. Flow Chart Aplikasi <i>Augmented Reality</i>	106



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

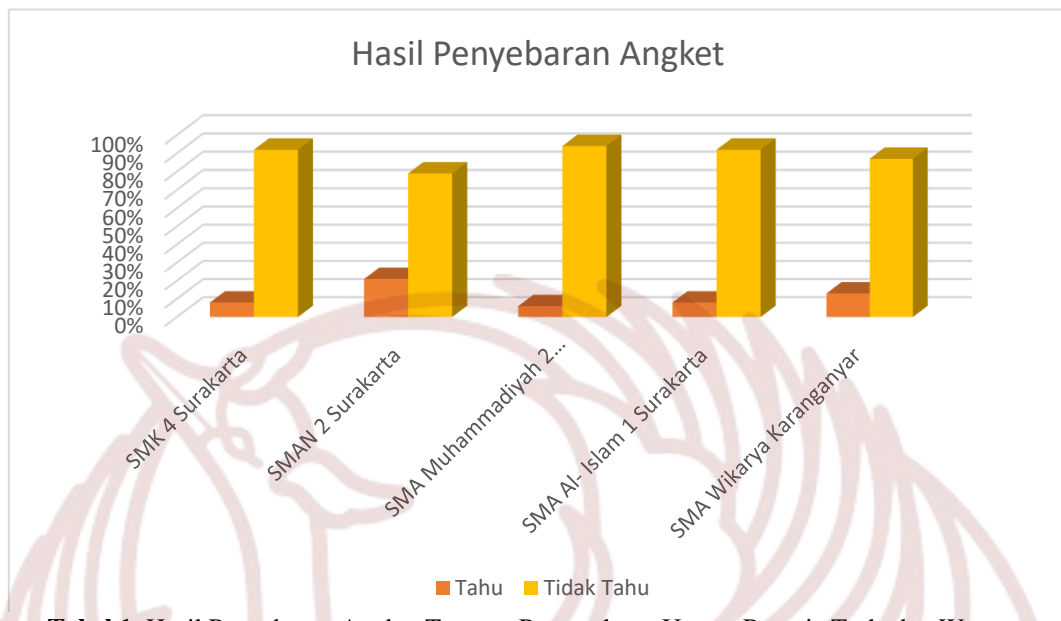
Perkembangan sejarah peradaban manusia menunjukkan bahwa kehidupan tidak dapat dipisahkan dari berbagai peralatan dan perlengkapan digital yang menjadi satu kesatuan dan kebutuhan di zaman millennium ini. Oleh karena itu, keberadaan peralatan dan perlengkapan digital yang sekarang sering disebut *gadget* memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, semenjak manusia dilahirkan hingga sampai ajal menjemput. Kehidupan sekarang orang tua sudah memperbolehkan anaknya yang masih di bawah satu tahun untuk mengoperasikan *smartphone*, sehingga anak balita sekarang sudah terbiasa dengan *gadget* bahkan enggan untuk lepas dari *gadget*.

Keberadaan *gadget* berhubungan erat dengan degradasi budaya yang ada di Indonesia khususnya Kota Surakarta, yang praktis mempengaruhi generasi muda semakin meninggalkan budaya nenek moyang. Pada hakekatnya, budaya merupakan identitas suatu negara, jika identitas negara sendiri ditinggalkan maka keberadaan suatu negara akan mengalami kerapuhan disisi budaya. Terlebih lagi hal yang buruk akan terjadi ketika kaum muda meninggalkan sejarahnya, tidak ada fondasi kuat untuk membentengi moral dari negara barat yang notabene kita adalah Negara timur. Dampak lainnya berupa pencaplokan budaya karena kaum muda yang enggan untuk mempelajarinya sehingga dipelajari di negara lain.

Menurut Soeharno dalam wawancaranya (6 Maret 2016) menuturkan dalam lingkup sosial sendiri orang tua kurang berperan aktif dalam menurunkan budaya

kepada anak turun mereka yang dirasa kurang bermanfaat dari pada pelajaran formal yang ada di sekolah, sehingga terciptalah generasi yang acuh dalam hal budaya sedangkan pengaruh budaya lewat *gadget* yang semakin mendarah daging terhadap generasi muda sekarang. Soeharno selaku pengamat budaya dan dalang yang sudah berkecimpung lama dalam pelestarian budaya menjelaskan bahwa metode yang paling ampuh untuk meningkatkan kesadaran dan kepeahaman terhadap budaya adalah dengan memanfaatkan teknologi itu sendiri. Suharno menjelaskan bahwa masyarakat tidak bisa menghindari bahkan membendung perkembangan teknologi yang berkembang pesat, yang bisa dilakukan adalah bagaimana memanfaatkan teknologi tersebut semaksimal mungkin.

Melihat pentingnya budaya harus dilestarikan, tidak serta merta seperti membalikkan telapak tangan. Banyak tantangan pada zaman sekarang dengan teknologi yang sangat pesat dan remaja saat ini sangat memilih dan menyukai bermain gadget yang menurut mereka lebih menyenangkan serta lebih kekinian dari pada pembelajari budayanya sendiri salah satu wayang. Pemanfaat teknologi dalam pelestarian budaya sangat dibutuhkan, dengan adanya teknologi diharapkan remaja bisa lebih mencintai dan ikut melestarikannya. Remaja umur 15 sampai 20 tahun merupakan generasi penerus dalam melestarikan budaya sebagai tongkat estafet para orang tua tidak ada lagi dalam melestarikan budaya.



Tabel 1. Hasil Penyebaran Angket Tentang Pengetahuan Umum Remaja Terhadap Wayang

Sesuai dengan survey yang telah dilakukan terhadap sekolah SMA yang ada di Surakarta, Karanganyar dan Sukoharjo, rata – rata kurang dari 10% siswa yang bisa menjawab dengan benar dalam menebak nama tokoh wayang yang ada di dalam kuisioner. Adanya data di atas menunjukkan betapa mirisnya pengetahuan remaja sekarang akan budaya wayang, maka dari itu dibutuhkannya media edukasi yang tepat dan juga promosi yang bisa memperkenalkan kepada remaja tentang media edukasi tersebut. Pemilihan promosi yang tepat harus dipilih karena remaja zaman sekarang sangat pemilih dalam menentukan minat mereka. Pakar strategi ekonomi pemasaran S.H. Rewoldt (2005: 2), dalam bukunya yang berjudul *Strategi Promosi Pemasaran*, menjelaskan bahwa promosi adalah ujung tombak dari pemasaran. Strategi, teknik dan metode promosi yang mana sesuai dengan kemajuan teknologi dan komunikasi sekarang ini, sehingga usaha yang telah dirintis tidak tergilas oleh kemajuan saat ini. Dipilihnya *TV ad*, *booth* dan kaos, dari ketiga jenis promosi tadi sangat cocok untuk mempromosikan produk buku edukasi

Wayang Pandawa dengan *augmented reality* karena terus ikut berkembangnya zaman *TV ad* menjadi primadona untuk mengiklankan suatu produk. Pemilihan *booth* karena merupakan elemen yang selalu ada ketika sebuah produk buku dijual atau dipamerkan. Kaos sendiri menjadi media promosi dan juga media apresiasi kepada pelanggan atau pembeli yang telah membeli buku edukasi Wayang Pandawa dengan *augmented reality*. Periklanan merupakan bentuk komunikasi massa. Komunikasi yang dilakukan oleh pengiklan (*advertiser*) untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada konsumen (*decoder*) melalui *channel* (media) (Sigit Santoso, 2009: 1). Secara garis besar iklan merupakan media promosi dari sebuah produk. Pada buku Pengenalan Wayang Pandawa dengan *augmented reality* memakai beberapa jenis iklan dari *TV ad*, *booth* dan kaos.

Menilik dari perkembangan zaman dan kecenderungan remaja sekarang ini, penggunaan teknologi untuk melestarikan sebuah kebudayaan adalah hal yang sangat diperlukan. Soeharno mengungkapkan dalam wawancaranya bahwa teknologi zaman sekarang penyebab utama menurunnya minat anak remaja untuk melestarikan atau mendalami budayanya sendiri tidak terkecuali wayang. Dasar di atas juga tidak juga bisa membendung kemajuan teknologi yang semakin canggih, sehingga diperlukan penyatuan kekuatan dari masing bidang budaya dan teknologi. Pertengahan tahun 2016 hingga kuartal pertama tahun 2017 terlihat teknologi yang populer *augmented reality*. *Augmented Reality* atau biasa disingkat dengan AR merupakan teknologi yang tergolong baru dan sangat menarik untuk dijadikan suatu media pembelajaran tentang wawasan budaya pemahaman generasi muda terhadap ikon pewayangan, serta sebagai media pendukungnya yaitu sebuah buku

ensiklopedia yang memuat tentang pewayangan yang nantinya dengan teknologi AR akan menampilkan secara tiga dimensi (3D) bentuk dari tokoh pewayangan tersebut. Berdasarkan pada ketertarikan teknologi yang *Augmented Reality* yang mampu menyedot perhatian generasi muda, maka penyaji tertarik untuk mengeksplorasi teknologi AR dengan mengombinasikannya dengan buku pengenalan wayang pandhawa sebagai media pembelajaran. Buku perancangan ini menggunakan *Augmented reality* salah satu jawaban untuk mengatasi krisis kesadaran budaya.

Pada masa lalu sering dijumpai seseorang yang bercerita tentang kisah pewayangan Mahabarata maupun Ramayana, yang secara tidak langsung orang tersebut mengajarkan tentang perihal baik buruk, sikap seorang pahlawan, pantang menyerah, tata krama hingga bagaimana berbahasa yang sesuai kaidah budaya jawa. Generasi terdahulu mempunyai akar yang kuat akan nenek moyang dan menjunjung tinggi budaya, persahabatan dan kekeluargaan. Jika menelaah dari beberapa aspek, banyak terjadi kesalahan terhadap penurunan kefahaman generasi akan budaya jawa, dari kurangnya orang tua dalam memberikan edukasi tentang budaya jawa, pendidikan formal yang belum mengarah pada penguatan budaya hingga masyarakat yang kurang peduli akan kelestarian budaya yang ada di sekelilingnya.

Penggalian ide-ide baru dalam menciptakan sebuah karya yang merujuk pada aspek budaya untuk memenuhi dan menanggulangi keprihatinan atas terus menurunnya minat generasi muda terhadap budaya, penggalian itu bisa didasarkan atas sesuatu yang baru sama sekali maupun meniru bentuk-bentuk yang sudah ada

Sangatlah banyak bentuk maupun jenis objek atau benda disekitar yang dapat dijadikan sumber ide/ gagasan dalam mengembangkan ekspresi dalam suatu karya.

Kebudayaan Indonesia sangatlah beragam mulai ujung Sabang hingga Merauke, kebanyakan kebudayaan Indonesia mulai ditinggalkan karena era globalisasi yang bergerak sangat cepat dan tidak diimbangi dengan penguatan dari sisi budaya. Wayang adalah salah satu budaya yang mulai ditinggalkan karena dinilai tidak mempresentasikan anak remaja zaman sekarang. Banyak bermunculan hiburan – hiburan lain yang mampu menarik minat remaja dan membuat wayang dengan cepat ditinggalkan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Wayang (2005:1127) adalah boneka tiruan orang yang terbuat dari pahatan kulit atau kayu yang dapat dimanfaatkan untuk memerankan tokoh dipertunjukan drama tradisional (Bali, Jawa, Sunda, dan sebagainya), biasanya dimainkan oleh seseorang yang disebut dalang. Blacius Subono dalam wawancara (13 November 2017) menuturkan wayang adalah sebuah kesenian jawa yang mengutamakan filosofi dan penanaman karakter orang jawa dengan keseimbangan watak baik dan jahat sebagai media pembelajaran.

Sejarah kebudayaan Indonesia pada zaman prasejarah, alam pikiran nenek moyang kita masih sederhana. Mereka mempunyai anggapan bahwa semua yang bergerak dianggap hidup dan mempunyai kekuatan gaib atau mempunyai roh yang berwatak baik maupun jahat. Sehingga pada zaman dahulu wayang digunakan untuk acara keagamaan, upacara adat dan untuk menyembuhkan orang yang sedang terkena sakit (Sri Mulyono, 1976: 45-46).

Buku yang menawan, menarik dan teknologi yang mumpuni sehingga menarik minat banyak khalayak, tetapi tidak diikuti dengan promosi yang sesuai tepat dan akurat. Tanpa promosi yang tidak efisien, karya yang telah dibuat tidak akan dikenal oleh khalayak secara luas. Maka promosi yang sesuai dan menarik adalah hal yang mutlak untuk meningkatkan popularitas maupun penjualan sehingga berimbas pada tertariknya masyarakat akan produk yang dibuat dan memungkinkan masyarakat lebih mengenal budaya khususnya tentang pewayangan secara mendalam. Bentuk dari promosi sangat beragam, mulai dari promosi media cetak, suara maupun *digital*. Promosi berupa iklan sangat populer di dunia maya, terutama di media sosial ataupun website, maka iklan media maya adalah pilihan tepat untuk mempromosikan sebuah produk apalagi produk tersebut ada hubungannya dengan teknologi.

B. Ide/ Gagasan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang penciptaan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penciptaan sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang buku edukasi Mahabarata Rupa tentang tokoh Wayang Pandawa dengan *Augmented Reality*?
2. Bagaimana merancang media promosi untuk memperkenalkan buku edukasi Mahabarata Rupa tokoh Wayang Pandawa yang sesuai dengan khalayak remaja?

C. Tujuan Penciptaan

Berdasarkan ide/ gagasan penciptaan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan penciptaan sebagai berikut.

1. Merancang merancang buku edukasi Mahabarata Rupa tentang tokoh Wayang Pandawa dengan *Augmented Reality*.
2. Merancang media promosi untuk memperkenalkan buku edukasi Mahabarata Rupa tokoh Wayang Pandawa yang sesuai dengan khalayak remaja.

D. Manfaat Penciptaan

Adapaun manfaat penciptaan yang bisa disimpulkan dari buku edukasi wayang *augmented reality* sebagai berikut.

1. Menerapkan pengetahuan dan kemampuan untuk membuat buku *augmented reality*.
2. Meningkatkan wawasan pengetahuan masyarakat khususnya remaja akan tokoh-tokoh pewayangan Pandawa.
3. Mengembangkan berbagai jenis buku pengenalan yang lebih modern sebagai media pembelajaran remaja akan budaya wayang.
4. Menerapkan media promosi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

E. Tinjauan Sumber Penciptaan

Penulisan tugas akhir ini berdasarkan referensi dari beberapa buku dan tugas akhir sebelumnya. Penciptaan tugas akhir yang menjadi referensi tugas akhir karya sebagai berikut.

1. Jurnal

Mengutip dalam Ornamen Jurnal Kriya Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain Asmoro Nurhadi Panindias (vol. 11, no. 2 Juli 2014) yang berjudul *Keris Magic Book Sebagai Pengenalan Keris Kepada Remaja* memiliki relevansi yang sama dengan objek karya yang berbeda yaitu keris. Sesuai dengan judulnya *Keris Magic Book* ini telah sesuai dengan tujuan yaitu sebuah media inovatif di bidang desain komunikasi visual dalam bentuk buku *Keris Magic Book*. Pendekatan visual grafis yang dinamis dengan *layout* asimetris menjadikan buku ini sesuai dengan target audiens yaitu remaja usia sekolah. *Keris Magic Book* menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh generasi penerus sebagai salah satu usaha untuk melestarikan warisan budaya nusantara. Media informasi yang ditujukan untuk remaja ini telah berupaya mendokumentasikan artefak dan ilmu perkerisan dengan baik sehingga sebagai media informasi yang berupa buku dapat meneruskan informasi tentang keris dengan cukup lengkap dan terpadu. Informasi yang dikumpulkan berupa sejarah keris, nama-nama bagian keris, falsafah dan berbagai jenis dapur dan pamor keris serta proses cara pembuatan. Kesamaan *Keris Magic Book* yaitu pada pemanfaatan teknologi *augmented reality* pada suatu kebudayaan berupa keris. Kesamaan tersebut nantinya bisa dijadikan tolak ukur maupun pedoman untuk menciptakan Buku Edukasi Tokoh Pandawa.

2. Tugas Akhir

Karya ilmiah tesis yang membahas tentang bagaimana menggunakan teknologi *augmented reality* pada Candi Sangiran dengan menggunakan *software Vuforia*. Pengujian untuk mengetahui sudut simpangan minimum dalam pendeteksian dan pelacakan dilakukan dengan variasi jarak, intensitas cahaya dan resolusi kamera. Tahap selanjutnya setelah sudut simpangan minimum diketahui, akan dilakukan registrasi image target setiap selang sudut tersebut. Setelah pengujian awal berhasil dilakukan, langkah selanjutnya diterapkan pada 3D *markerless* yang terdapat di ruang pameran 1 dan 2 Museum Sangiran. Karya ilmiah di atas yang berjudul *Implementasi Teknologi Augmented Reality Pada Museum Sangiran Dengan Vuforia* karya Aji Purnomo (2016) lulusan S-3 Universitas Gajah Mada Fakultas ISIPOL Prodi Ilmu Komunikasi mempunyai pemanfaatan berbebeda pada teknologi maupun animasi *augmented reality* nya. Karya ilmiah di atas bisa diterapkan pada buku edukasi Wayang Pandawa dengan *augmented reality* adalah proses pembuatan animasi yang bisa diterapkan dengan teknologi yang sama.

Sebaran dan Karakteristik *Stand Booth* di Kecamatan Depok, D.I Yogyakarta serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya, skripsi Rangga Pramudia prodi Desain Komunikasi Visual (2016) Fakultas Seni Rupa dan Desain UNS berisi tentang bagaimana membuat *stand booth* yang menarik, karena sekarang banyak *booth* yang dibuat hanya asal – asalan, sehingga diperlukan pengayaan untuk meningkatkan penjualan khususnya di

Kecamatan Depok, D.I Yogyakarta. Adanya penelitian yang telah dilakukan Rangga, memiliki kesamaan berupa media promosi yaitu berupa *booth* untuk buku edukasi wayang dengan menggunakan media *stand booth* sesuai target dan menarik pengunjung, dengan penelitian dari Rangga nantinya bisa diterapkan pada Buku Edukasi Tokoh Pandawa.

Tugas akhir Ari Setyawan tahun 2016 alumni D-3 Prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Gajah Mada yang berjudul *Nakula The Brotherhood Permainan 2D Berbasis Android*, karya tulis ini memiliki kesamaan dalam objek yang diangkat yaitu berupa wayang Nakula sebagai tokoh utama untuk dijadikan karakter game dan diaplikasikan ke dalam sebuah *game android*. Karya tugas akhir sebagai acuan ilustrasi yang nanti akan diaplikasikan ke buku pengenalan wayang pandawa.

Inspirasi promosi yang akan dilakukan untuk mendongkrak penjualan dari tugas akhir kekaryaan ini, menerapkan apa yang telah dilakukan oleh Ivan Aditya alumni Institut Teknologi Bandung D-3 Prodi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain dengan judul skripsi *Branding dan Promosi Urban Toys yang Mengadaptasi Wayang Ramayana "Ayodya"* terbit pada tahun 2013. Karya ilmiah skripsi Ivan yang menyangkut tentang *branding* sebuah karya tradisional wayang sangat membantu ssebagai acuan dalam membuat sebuah media promosi yang menggunakan tokoh wayang dengan pendekatan terhadap anak remaja.

F. Landasan Penciptaan

Landasan untuk menciptakan tugas akhir karya ini berupa semakin merosotnya pemahaman anak remaja sekarang yang sudah tidak lagi mengetahui dan memahami tentang kebudayaan sendiri, khususnya wayang sebagai warisan nenek moyang. Faktor-faktor yang mempengaruhi remaja sekarang sangat banyak sekali dari pengaruh yang umum hingga yang khusus, mulai dari efek globalisasi, terpengaruh sinetron, lebih suka sesuatu hal dari luar negeri, kemajuan teknologi, kurangnya kesadaran masyarakat, kurangnya pendidikan dari lingkungan keluarga maupun lingkungan sekitar, setidaknya itulah faktor-faktor yang diutarakan oleh Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto dalam bukunya yang berjudul *Teori - Teori Kebudayaan* (2005). Buku tersebut akan menjadi landasan pengkarya dalam meningkatkan minat remaja dalam melestarikan dan membaca buku budaya khususnya tentang wayang.

Peranan sebuah promosi dalam setiap produk sangatlah dibutuhkan, bahkan tidak jarang biaya promosi dianggarkan tersendiri untuk tercapainya target penjualan dan juga sebagai media pengenalan produk kepada masyarakat sehingga produk lebih terkenal dan banyak peminatnya. Banyak yang perlu diperhatikan dalam tahap promosi, karena promosi seperti pedang bermata dua yang jika tepat sasaran bisa menaikkan produk setinggi – tingginya dan apabila salah akan bisa menurunkan nilai produk maupun perusahaan. Kebutuhan promosi dalam hal pemasaran dalam penjualan mutlak harus diperhitungkan maupun direncanakan, sesuai dengan apa yang ditulis oleh Sudaryono dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi* (2016). Banyak materi yang bisa

diambil dari buku Sudaryono ini, pemanfaatan promosi yang efektif dalam menyasar remaja, kajian promosi kepada khalayak umum demi tercapainya nilai maksimum dalam sebuah penjualan terutama pada buku *Augmented Reality* Tokoh Wayang Pandawa.

Adapun sumber – sumber lain yang mendukung tentang karya tugas akhir buku edukasi Wayang Pandawa beragam, mulai dari desainer, penulisan hingga pengamat iklan. Kemampuan dan pengalaman para penulis yang disajikan kedalam bentuk buku bisa dijadikan sumber penciptaan yang terangkum sebagai berikut:

Semakin berkembangnya teknologi, media pembelajaran pun juga ikut berkembang. Pemanfaatan teknologi untuk media pembelajaran adalah sebuah keharusan, salah satu teknologi *Augmented Reality*. Pemanfaatan *Augmented Reality* mampu menambah fungsi desain virtual, fungsi gugusan visual maupun fungsi konsep desain virtual. *Augmented Reality* atau biasa disebut juga merupakan *Virtual Reality* kepanjangan desain teknologi yang dapat menambah nilai konseptual maupun fungsional dalam buku *Augmented Reality* Tokoh Wayang Pandawa, sesuai dalam buku Victor Papanek (2015) yang berjudul *Design for The Real Virtual* yang diterbitkan oleh Batam Book, New York

Augmented Reality yang akan diciptakan menggunakan media buku, maka pemilihan buku yang berkaitan erat dengan desain *layout* dan warna. Pemilihan *layout* untuk anak remaja haruslah menarik dan tidak kaku, karena memang remaja memiliki ketertarikan pada apapun sehingga dibutuhkan sesuatu yang menarik agar remaja tertarik apa yang dibuat. Segi warna pun juga beragam penentuan warna yang lebih cerah dapat meningkatkan ketertarikan remaja untuk membaca. Sesuai

dengan kutipan Supratno (2006:13) dalam ensiklopedia yang berjudul *The Encyclopedia Wayang*, wayang sekarang adalah hal yang berbeda dari remaja sekarang, tinggal bagaimana menampilkan wayang tersebut menjadi hal yang sama terhadap remaja. Beberapa yang menentukannya adalah dari pemilihan ilustrasi, tata letak teks dan ilustrasi, warna, teks, pemilihan materi yang nantinya akan digunakan pada buku *Augmented reality* Tokoh Wayang Pandawa.

Terlepas dari teknologi yang mengagumkan dan juga desain buku yang menarik, itu semua akan sia – sia jika promosi yang dilakukan biasa saja. Strategi promosi untuk anak remaja tidak boleh sembarangan karena akan berdampak pada meningkat atau menurunnya pendapat yang didapatkan dari penjualan produk. Pemilihan media yang sesuai untuk kalangan anak muda sekarang dan juga fungsional dapat meningkatkan minat remaja untuk membeli produk yang dijual. Media promosi yang masih diminati dari dulu sampai sekarang oleh para remaja adalah *video ad*, sesuai dengan kutipan dari S.H. Rewoldt (2005:71) *Strategi Promosi Pemasaran*, sedangkan untuk remaja media promosinya pun berbeda, media yang mampu mencuri perhatian remaja dari dulu hingga sekarang adalah berupa *video ad* yang *simple* tapi sudah menyediakan audio visual menjanjikan. Maka sesuai dengan kajian dari buku S.H Rewoldt yang nantinya akan menjadi landasan untuk menentukan promosi apa yang akan digunakan.

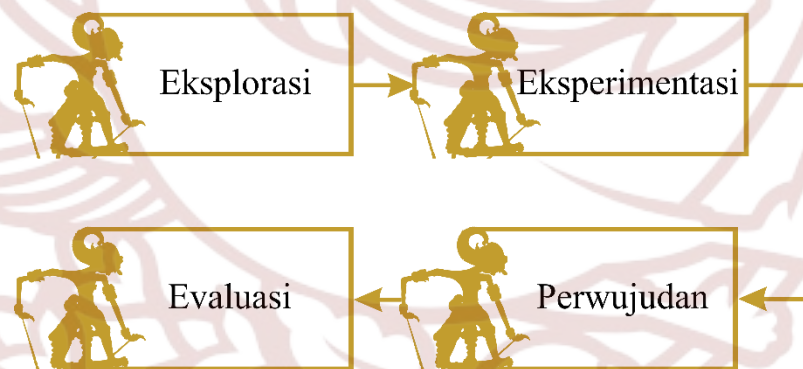
G. Metode Penciptaan

Merancang sebuah buku edukasi Wayang Pandawa maka diperlukan metode dalam memperoleh konsep dan hasil desainnya, antara lain yaitu melakukan studi dan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder dilakukan

dengan metode wawancara dan observasi data. Setelah itu data-data yang diperlukan diidentifikasi, dianalisis, dievaluasi, revisi, yang hasilnya digunakan sebagai acuan dalam pembuatan konsep desain dan akhirnya terpilih desain final yang siap untuk diaplikasikan.

1. Tahap Penciptaan Buku

Penciptaan buku mempunyai beberapa tahapan yang harus dilalui, sehingga nantinya dengan tahapan yang terencana dan jelas lebih mempermudah dan tujuan penciptaan buku dapat dicapai dengan maksimal. Sugiyono mengungkapkan dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2013: 224), salah satu proses penciptaan karya visual adalah sebagai berikut:



Tabel 2. Proses Penciptaan Karya Visual

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2013)

- a. Eksplorasi, adalah proses eksplorasi visual berdasarkan referensi dari tema yang telah ditentukan sebelumnya kemudian dilakukan penjelajahan sumber informasi yang berkaitan dengan tema. Sintesa data dilakukan pada tahap ini.

- b. Eksperimentasi, adalah tahapan eksperimentasi medium yang akan digunakan dan pengorganisasian elemen visual pembentuk nilai estetik. Di desain dikenal dengan istilah *tumbnails* atau kumpulan sketsa awal secara manual dibuat dengan pensil atau bolpen. Tahap ini merupakan tahap untuk *brainstorming* visual ilustrasi ataupun *layout* dari rangkuman *creative brief* atau transfer dari sintesa data menjadi bentuk ilustrasi *layout*. Tahap selanjutnya dihasilkan alternatif desain kasar atau *rough layout*. Pada tahap akhir dihasilkan beberapa alternatif pra desain lengkap atau *comprehensive layout*.
- c. Perwujudan, adalah aktivitas menentukan bentuk ciptaan sesuai dengan hasil eksperimentasi sebelumnya serta penguatan konsep lewat landasan teori dan data empirik yang ditemukan di lapangan. Pada tahap ini dihasilkan desain terpilih.
- d. Evaluasi, dilakukan untuk mendapatkan umpan balik agar hasil ciptaan sesuai dengan kualitas yang diinginkan dan menjawab permasalahan yang muncul.

2. Tahap Penciptaan Media Promosi

Perancangan media promosi sedikit berbeda dengan perancangan buku, menurut Sumbo Tinaburko (2009: 196) dalam bukunya yang berjudul *Semiotika Komunikasi Visual* ada empat hal:

- a. Observasi, pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dengan objek yang akan diteliti dalam hal ini adalah target buku edukasi wayang Pandawa yaitu remaja umur 15 - 22 tahun.

- b. Pengolahan data, data yang sudah masuk maka akan diolah mana yang media promosi yang sesuai dengan kriteria objek penelitian yang sesuai. Pada tahap ini juga sudah ditentukan juga promosi yang akan diterapkan.
- c. Perwujudan, merealisasikan media promosi yang sudah ditentukan, selain itu juga pada tahap ini diperlukan kajian - kajian yang mendukung untuk memperhitungkan seberapa besar dampak dalam masyarakat tentang media promosi yang dibuat.
- d. Evaluasi, dapat dilakukan untuk menjamin mutu promosi yang dibuat sesuai dengan target audien atau tidak. Proses evaluasi sangat penting dan mempengaruhi angka penjualan produk yang dijual.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan sistematika tugas akhir karya yang berjudul *Augmented Reality* Buku Edukasi Tokoh Pandawa Dalam Memperkenalkan Budaya Untuk Remaja diawali dengan halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, daftar lampiran. Pada bab I berupa pendahuluan berisi latar belakang, ide/ gagasan penciptaan, tujuan penciptaan, manfaat penciptaan, tinjauan sumber penciptaan, metode penciptaan dan sistematika penulisan.

Bab dua sebagai kerangka pikir pemecahan masalah membahas tentang dua sub bab yaitu pendekatan pemecahan masalah dan ide perancangan. Awal hingga akhir karya ilmiah dari karya. Dilanjutkan dengan bab tiga adalah inti dari kesemua bab yang ada yaitu berupa proses dari perancangan yang telah dibuat mulai

dari awal hingga proses promosi. Bab tiga berisi tentang tahapan proses desain, analisis alternatif desain terpilih, hasil karya dan pembahasan. Setelah proses desain dari bagian bab tiga yaitu bab empat sebagai penutup dari karya ilmiah kekaryaannya yang sudah dibuat, adapun setelah bab empat untuk melengkapi syarat karya ilmiah dicantumkan pula daftar acuan, glosarium, dan lampiran.



BAB II

IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi

1. Tinjauan Wayang Nusantara

a) Pengertian Wayang

Wayang adalah seni pertunjukkan asli Indonesia yang berkembang pesat di Pulau Jawa dan Bali. Pertunjukan ini juga populer di beberapa daerah seperti Sumatera dan Semenanjung Malaya juga memiliki beberapa budaya wayang yang terpengaruh oleh kebudayaan Jawa dan Hindu.

Sedangkan dalam Bahasa Jawa kata ini berarti “*bayangan*”, dalam Bahasa Melayu disebut “*baying – bayang*”, dalam Bahasa Aceh: “*Buyêng*”, dalam Bahasa Bugis: “*wayang*” atau “*bayang*”. Akar kata dari wayang adalah “*yang*”. Akar kata ini bervariasi dengan “*yung*”, “*yong*” antara lain terdapat dalam kata layang – “terbang”, doyong – “tidak stabil”, tidak stabil; *royong* – “selalu bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya; *poyang* – *payang* “berjalan sempoyongan, tidak tenang” dan sebagainya. Membandingkan berbagai pengertian dari akar kata yang beserta variasinya, dapatlah dikemukakan bahwa dasarnya adalah: “tidak stabil, tidak pasti, tidak tenang, terbang, bergerak, kian kemari. Awalan “*wa*” didalam Bahasa Jawa modern tidak memiliki fungsi lagi. Tetapi dalam Bahasa Jawa Kuno awalan tersebut masih jelas memiliki fungsi tata bahasa. Seperti

terdapat pada kata: *wahiri* yang berarti “iri hati, cemburu”, sejajar dengan kata *bahiri* dalam Bahasa Daya. Jadi Bahasa Jawa wayang yang mengandung pengertian “berjalan kian kemari, tidak tetap, sayup – sayup”, telah terbentuk pada waktu yang amat tua ketika awalan “wa” masih mempunyai fungsi tata bahasa (G.A.J. Hazeu, 1897: 18).

Pertunjukkan wayang kulit sampai pada hari ini sudah berumur lebih dari 1000 tahun atau kongkritnya ± 1114 dari tahun ($\pm 903 - 2017$). Sedang apabila dihitung dari pertunjukkan bentuk aslinya sudah mempunyai umur ± 3517 tahun (± 1500 SM - 2017). Walaupun pertunjukkan wayang kulit sudah berumur lebih dari 3000 tahun, namun masih tetap dilestarikan dan masih ada sampai sekarang khususnya di tanah suku Jawa dan Bali.

b) Sejarah Wayang

Asal usul wayang dan perkembangan wayang tidak tercatat secara akurat seperti sejarah. Namun orang selalu ingat dan merasakan kehadiran wayang dalam kehidupan masyarakat. Wayang akrab dengan masyarakat sejak dahulu hingga sekarang, karena memang wayang itu merupakan salah satu buah usaha akal budi bangsa Indonesia. Wayang tampil sebagai seni budaya tradisional dan merupakan puncak budaya daerah.

Menelusuri asal usul wayang secara ilmiah memang bukan hal yang mudah. Sejak zaman penjajahan Belanda hingga kini banyak

para cendekiawan dan budayawan berusaha meneliti dan menulis tentang wayang. Ada persamaan, namun tidak sedikit yang saling silang pendapat. Hazeu berbeda pendapat dengan Rassers begitu pula pandangan dari pakar Indonesia seperti K.P.A. Kusumadilaga, Raaggawarsita, Suroto, Sri Mulyono dan lain – lain. Namun semua cendekiawan tersebut jelas membahas wayang Indonesia dan menyatakan bahwa wayang itu sudah ada dan berkembang sejak zaman kuno, sekitar tahun 1500 SM, jauh sebelum agama dan budaya dari luar masuk ke Indonesia.

Wayang bermula zaman kuno ketika nenek moyang bangsa Indonesia masih menganut animisme dan dinamisme. Alam kepercayaan animisme dan dinamisme ini diyakini roh orang yang sudah meninggal masih tetap hidup, dan semua benda itu bernyawa dan memiliki kekuatan. Roh – roh itu bisa bersemayam di kayu – kayu besar, batu, sungai, gunung dan lain – lain. Paduan dari animisme dan dinamisme ini menempatkan roh nenek moyang yang dulunya berkuasa, tetap mempunyai kuasa. Mereka terus dipuja dan dimintai pertolongan. Memuja roh nenek moyang ini, selain melakukan ritual tertentu mereka mewujudkannya dalam bentuk gambar dan patung. Roh nenek moyang yang dipuja ini disebut “*hyang*” atau “*dahyang*”.

Orang bisa berhubungan dengan para *hyang* ini untuk meminta pertolongan dan perlindungan, melalui seorang medium yang disebut “*syaman*”. Ritual pemujaan nenek moyang, *hyang* dan *syaman* inilah

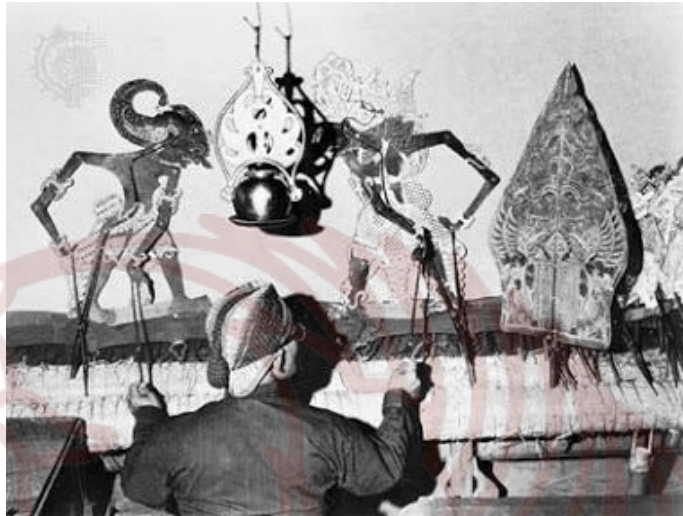
yang merupakan asal mula pertunjukkan wayang. *Hyang* menjadi wayang, ritual kepercayaan itu menjadi jalannya pentas dan *syaman* menjadi dalang, sedangkan ceritanya adalah petualangan dan pengalaman nenek moyang. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa asli yang hingga sekarang masih dipakai. Jadi, wayang itu berasal dari ritual kepercayaan nenek moyang bangsa Indonesia disekitar tahun 1500 SM, yang merupakan penjelasan dari Sena Wangi di dalam bukunya yang berjudul *Ensiklopedia Wayang* (1999: 29 - 31)

c) Pembagian Jenis Wayang

Wayang memiliki banyak sekali yang tersebar di Jawa dan Bali, adapun macam – macam wayang menurut K.G.A Kusumodilogo yang dirangku oleh Sri Mulyono dalam bukunya yang berjudul *Wayang Asal Usul, Filsafat dan Masa Depan* (1975: 36 – 42) adalah sebagai berikut.

1. Wayang Purwa Rontal

Pada tahun 939 Masehi atau 861 Caka dengan *cronogram/sengkalan gambaring wayang wolu*. Prabu Jayabaya membuat Wayang Purwa pada daun lontar.



Gambar 1. Wayang Purwa
Sumber: K.G.A. Kusumodilogo (1975)

2. Pakem Lakon Dewa

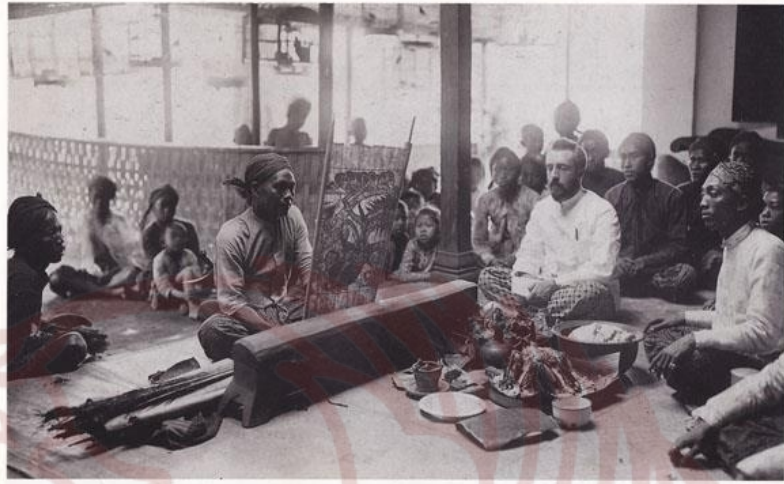
Pada tahun 1379 Masehi atau 1301 Caka dengan *sengkalan ratu guna meletik tunggal*, Prabu Ajisaka/ Widayaka di kerajaan Purawacarita membuat pakem Lakon Dewa – Dewa.

3. Wayang Kertas

Pada tahun 1244 Masehi atau 1166 Caka wayang diperbesar dan di gambar di atas kertas Jawa oleh Raden Kudalaleyan/ Prabu Surya Hamiluhur di Pejajaran.

4. Wayang Beber

Pada tahun 1362 Masehi atau 1283 Caka Prabu Bratono di Kerajaan Majapahit membuat wayang beber untuk *ruwatan*, lengkap dengan sesajen dan kemenyan.



Gambar 2. Wayang Beber Zaman Penjajahan
Sumber: K.G.A. Kusumodilogo (1975:37)

5. Wayang Demak

Pada tahun 1518 Masehi atau 1440 Caka Sultan Alam Akbar/Raden Patah di Kerajaan Demak menyempurnakan pertunjukkan wayang agar tidak bertentangan dengan agama Islam. Sebelumnya pada tahun 1511 Masehi atau 1422 mengangkut wayang beber beserta gamelan dan perlengkapannya ke Demak.

6. Wayang Gedog

Pada tahun 1556 Masehi atau 1478 Caka Sinuwun Tunggal ing Giri membuat wayang Kidang Kencana dengan Prada dan pada tahun 1563 Masehi atau 1485 Caka Sinuwun Tunggal ing Giri juga membuat wayang Gedog bercerita Panji.

7. Wayang Golek

Pada tahun 1584 Masehi atau 1506 Caka Sunan Kudus membuat wayang Golek.

8. Wayang Krulil

Pada tahun 1648 Masehi atau 1571 Caka Prabu Hamangkurat Tegal Arum membangun kembali wayang gedog dan pada tahun itu juga, Raden Pekik di Surabaya membuat wayang Krulil.

9. Wayang Wong

Pada tahun 1761 Masehi atau 1656 Caka Sinuwun Paku Bhuwana II juga membuat wayang Kyahi Banjed.

10. Wayang Rama

Pada tahun 1830 Masehi atau 1737 Caka K.G.P.A.A. II di Surakarta membuat wayang Rama.

d) Tokoh Wayang Pandawa

Tokoh wayang amat sangatlah beragam tetapi yang paling terkenal adalah tokoh pewayang Pandawa. Kata Pandawa berasal dari bahasa Sansekerta *Pāṇḍava*, yang secara harfiah berarti anak Pandu, yaitu salah satu Raja Hastinapura dalam cerita *Mahabharata*. Dengan demikian, maka Pandawa merupakan putra mahkota kerajaan tersebut. Cerita *Mahabharata*, para Pandawa adalah protagonis sedangkan antagonis adalah para Kurawa, yaitu putera Dretarastra, saudara ayah mereka Pandu. Menurut sastra Hindu di dalam cerita *Mahabharata*, setiap anggota Pandawa merupakan penjelmaan titisan penitisan dari dewa tertentu, dan setiap anggota Pandawa memiliki nama lain tertentu. Misalkan nama Werkudara arti harfiahnya adalah "perut serigala". Kelima Pandawa

menikah dengan Dropadi yang diperebutkan dalam sebuah sayembara di Kerajaan Panchala, dan memiliki masing – masing seorang putera darinya. Para Pandawa merupakan tokoh penting dalam bagian penting dalam wiracarita *Mahabharata*, yaitu pertempuran besar di daratan Kurukshetra antara para Pandawa dengan para Kurawa serta sekutu – sekutu mereka. Kisah tersebut menjadi kisah penting dalam cerita *Mahabharata*.

Menurut buku *Rupa & Karakter Wayang Purwa* karya Heru S Sudjarwo (2010:356) menuturkan tokoh – tokoh wayang Pandawa dengan pakem gaya Surakarta sebagai berikut:

1. Yudhistira

Yudhistira memiliki nama lain Puntadewa, Samiaji, Dharmaputra, merupakan saudara para Pandawa yang paling tua. Ia merupakan penjelmaan dari Dewa Dharma dan lahir dari Dewi Kunti. Sifatnya sangat bijaksana, tidak memiliki musuh, dan hampir tak pernah berdusta seumur hidupnya. Memiliki moral yang sangat tinggi dan suka memaafkan serta suka mengampuni musuh yang sudah menyerah. Memiliki juga julukan *Dhramasuta* (putera Dharma), *Ajathasatru* (yang tidak memiliki musuh), dan *Bhārata* (keturunan Maharaja Bharata). Ia menjadi seorang Maharaja dunia setelah perang akbar di Kurukshetra berakhir dan mengadakan upacara Aswamedha demi menyatukan kerajaan – kerajaan India Kuno agar berada di bawah pengaruhnya. Setelah

pensiun, ia melakukan perjalanan suci ke gunung Himalaya bersama dengan saudara – saudaranya yang lain sebagai tujuan akhir kehidupan mereka. Setelah menempuh perjalanan panjang, ia mendapatkan surga.



Gambar 3. Wayang Kulit Yudhistira Gagrak Surakarta
Sumber: Heru S Sudjarwo (2010)

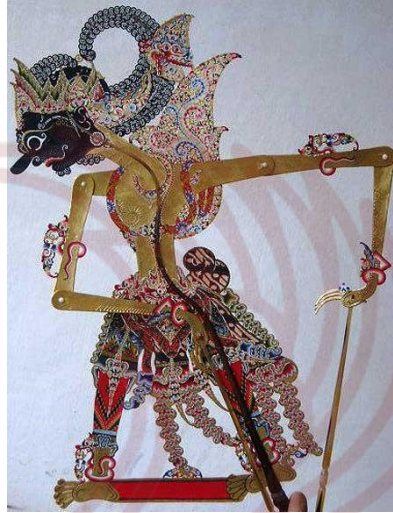
Yudhistira memiliki beberapa senjata pusaka Jamus Kalimasada, Tunggulnaga, dan Robyong Mustikawarih. Kalimasada berupa kitab, sedangkan Tunggulnaga berupa payung. Keduanya menjadi pusaka utama kerajaan Amarta. Selain itu Yudhistira sangatlah mahir dalam menggunakan senjata tombak. Sementara itu, Robyong Mustikawarih berwujud kalung yang terdapat di dalam kulit Yudistira. Pusaka ini adalah pemberian Gandamana, yaitu patih kerajaan Hastina pada zaman pemerintahan Pandu. Apabila kesabaran Yudistira sampai pada

batasnya, ia pun meraba kalung tersebut dan seketika itu pula ia pun berubah menjadi raksasa besar berkulit putih bersih.

2. Bima

Bima atau yang lebih familiar dengan Werkudara dikenal pula dengan nama Balawa, Bratasena, Birawa, Kusumayuda, Kusumadilaga, Pandusiwi, Buyuseta, Sena atau Wijasena. Bima merupakan putra kedua Kunti dengan Pandu. Nama *bhimā* dalam bahasa Sansekerta memiliki arti "mengerikan". Bima merupakan penjelmaan dari Dewa Bayu sehingga memiliki nama julukan *Buyuseta*. Bima sangat kuat, lengannya panjang, tubuhnya tinggi, dan berwajah paling sangar di antara saudara – saudaranya. Ketika berjalan gagah dan berwibawa bagaikan singa. Dadanya bidang kekar namun perutnya kecil seperti perut serigal, untuk itulah nama Bima juga diberi nama Werkudara yang artinya dia yang mempunyai perut serigala. Wajahnya tampan berwibawa *Njenggureng nanging ora medeni* (sangar tetapi tidak

menakutkan). Meskipun demikian, ia memiliki hati yang baik, pandai memainkan senjata gada.



Gambar 4. Wayang Kulit Bima Gagrak Surakarta
Sumber: Heru S Sudjarwo (2010)

Senjata gadanya bernama *Gada Rujakpala*, selain itu Bima memiliki keistimewaan lain dalam memainkan senjata, antara lain: *Kuku Pancanaka*, *Bargawa* (Kapak Besar). Kemahirannya dalam berperang sangat dibutuhkan oleh para Pandawa agar mereka mampu memperoleh kemenangan dalam pertempuran akbar di Kurukshetra. Ia memiliki seorang putera dari ras raksasa bernama Gatotkaca, turut serta membantu ayahnya berperang, namun gugur. Akhirnya Bima memenangkan peperangan dan menyerahkan tahta kepada kakaknya, Yudistira. Menjelang akhir hidupnya, ia melakukan perjalanan suci bersama para Pandawa ke gunung Himalaya. Di sana ia meninggal dan mendapatkan surga. Dalam pewayangan Jawa, dua putranya yang lain selain Gatotkaca ialah Antareja dan Antasena.

3. Arjuna

Arjuna merupakan putra bungsu Kunti dengan Pandu. Namanya (dalam bahasa Sanskerta) memiliki arti "yang bersinar", "yang bercahaya". Arjuna juga memiliki nama banyak dan julukan, antara lain *Partha* (pahlawan perang), *Janaka* (memiliki banyak istri), *Permadi* (tampan), *Dananjaya* (perebut kemenangan karena ia berhasil mengumpulkan upeti saat upacara Rajasuya yang diselenggarakan Yudistira) dan *Kirti* (yang bermahkota indah karena Arjuna diberi mahkota indah oleh Dewa Indra saat berada di surga). Arjuna merupakan penjelmaan dari Dewa Indra, Sang Dewa perang. Arjuna memiliki kemahiran dalam ilmu memanah dan dianggap sebagai kesatria terbaik oleh Drona. Kemahirannya dalam ilmu peperangan menjadikannya sebagai tumpuan para Pandawa agar mampu memperoleh kemenangan saat pertempuran akbar di Kurukshetra. Dalam pertempuran di Kurukshetra, ia berhasil memperoleh kemenangan dan Yudistira diangkat menjadi raja.

Arjuna seorang kesatria yang gemar berkelana, bertapa dan berguru menuntut ilmu. Selain menjadi murid Resi Drona di Padepokan Sukalima, Arjuna juga menjadi murid Resi Padmanaba dari Petapaan Untarayana. Arjuna pernah menjadi pendeta di Goa Mintaraga, bergelar Begawan Ciptaning/Mintaraga. Arjuna dijadikan jago *kedawetan* membinasakan Prabu Niwatakawaca, raja raksasa dari negara Manimantaka. Atas jasanya itu, Arjuna dinobatkan sebagai raja di Kahyangan. Kaindran bergelar Prabu Kiritin. Arjuna mendapatkan anugerah sejumlah pusaka sakti dari para dewa, antara lain: *Gendewa* (dari Batara Krisna), *Panah Ardadedali* (dari Batara Kuwera) dan *Panah Cundamanik* (dari Batara Narada). Arjuna juga memiliki pusaka sakti lainnya, antara lain: *Keris Kyai Kala Nadah*, *Panah Sengkali* (dari Batara Durna), *Panah Candranila*, *Panah Pasopati* dan *Panah Sirsha*.



Gambar 5. Wayang Kulit Arjuna Gagrak Surakarta
Sumber: Heru S Sudjarwo (2010)

4. Nakula

Nakula yang dalam pedalangan Jawa disebut pula dengan *Pinten* (nama tumbuh – tumbuhan yang daunnya dapat digunakan sebagai obat). Nakula anak keempat dan merupakan salah satu putera kembar pasangan Prabu Pandudewanata, raja negara Astina dengan permaisuri Dewi Madrim. Nakula merupakan penjelmaan Dewa kembar bernama Aswin, Sang Dewa pengobatan. Nakula mahir menunggang kuda dan pandai menggunakan senjata panah dan lembing. Nakula tidak akan lupa segala hal yang pernah diketahui karena mempunyai *Aji Pranawajati* pemberian Ditya Sapujagad, *senapati* negara Mertani. Nakula juga mempunyai *cupu* berisi *Banyu Panguripan* (air kehidupan), pemberian Batara Indra.



Gambar 6. Wayang Kulit Nakula Gagrak Surakarta
Sumber: Heru S Sudjarwo (2010)

Nakula memiliki watak jujur, setia taat, belas kasih dan dapat menyimpan rahasia. Nakula tinggal di Kesatrian Sawojajar, wilayah negara Amarta. Setelah kedua orangtuanya meninggal, ia bersama adiknya diasuh oleh Kunti, istri Prabu Pandu yang lain. Nakula giat bekerja dan senang melayani kakak-kakaknya. Dalam masa pengasingan di hutan, Nakula dan tiga Pandawa yang lainnya sempat meninggal karena minum racun, namun ia hidup kembali atas permohonan Yudistira. Dalam penyamaran di Kerajaan Matsya yang dipimpin oleh Raja Wirata, ia berperan sebagai pengasuh kuda. Setelah selesai Perang Barathayuda, Nakula diangkat menjadi raja negara Mandaraka sesuai amanat Prabu Salya, kaka ibunya, Dewi Madrim.

5. Sadewa

Sadewa merupakan salah satu putera kembar pasangan Madri dan Pandu. Ia merupakan penjelmaan Dewa kembar bernama Aswin, Sang Dewa pengobatan. Saudara kembarnya bernama Nakula, yang lebih besar darinya, dan merupakan penjelmaan Dewa Aswin juga. Setelah kedua orangtuanya meninggal, ia bersama kakaknya diasuh oleh Kunti, istri Pandu yang lain. Sadewa adalah orang yang sangat rajin dan bijaksana. Sadewa juga merupakan seseorang yang ahli dalam ilmu astronomi. Yudistira pernah berkata bahwa Sadewa merupakan pria yang bijaksana, setara dengan Brihaspati, guru

para Dewa. Ia giat bekerja dan senang melayani kakak-kakaknya. Dalam penyamaran di Kerajaan Matsya yang dipimpin oleh Raja Wirata, ia berperan sebagai pengembala sapi. Menjelang akhir hidupnya, ia mengikuti perjalanan suci ke gunung Himalaya bersama kakak – kakaknya. Di sana ia meninggal dalam perjalanan dan arwahnya mencapai surga.



Gambar 7. Wayang Kulit Sadewa Gagrak Surakarta
Sumber: Heru S Sudjarwo (2010)

Tokoh Pandawa merupakan tokoh yang sering muncul di televisi, iklan, komik, film maupun *game* – *game* lokal, tetapi kebanyakan masyarakat belum mengetahui atau melupakan cerita lengkap tentang tokoh pewayangan Pandawa. Sehingga dibutuhkan promosi yang sesuai untuk meningkatkan kembali wawasan masyarakat tentang tokoh pewayangan khususnya Pandawa.

2. Tinjauan tentang Promosi

a) Pengertian Promosi

Promosi menunjukkan teknik mengomunikasikan informasi mengenai produk dan merupakan bagian dari bauran komunikasi. Promosi meliputi kegiatan *telling* dan *selling*. Kegiatan promosi tersebut para pemasar dituntut untuk mampu mengomunikasikan produk kepada para pelanggan atau calon pembeli. Promosi memerlukan komunikasi yang meliputi semua pesan yang disampaikan perusahaan kepada pelanggan mengenai produk. Tujuan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan.

Promosi merupakan salah satu elemen dalam strategi pemasaran dan harus dimasukkan dalam sasaran perusahaan untuk mencapai sasaran pemasaran. Perusahaan menggunakan promosi untuk mencapai tujuan, yaitu mendorong permintaan produk, meningkatkan kestabilan pasar, memberikan informasi, mengingatkan pelanggan, dan mendorong pelanggan melakukan pembelian. Namun demikian, sasaran utama promosi adalah meningkatkan permintaan. Mendorong permintaan melalui periklanan dan promosi penjualan merupakan strategi tarik dalam promosi. Sasaran lain dari promosi adalah menjaga kestabilan permintaan. Hal ini dilakukan terutama pada periode di mana permintaan menurun.

Ada berbagai bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan menurut Dorothea Wahyu Ariani dalam buku yang

berjudul *Pengantar Bisnis* (2014: 75), yaitu penjualan personal, periklanan, promosi penjualan, publikasi, *public relation*, *point of purchase display*, pengemasan produk, *direct mail*, dan berbagai bentuk kegiatan promosi lainnya. *Point of purchase display* merupakan kegiatan promosi yang paling efektif, karena dilakukan dengan memasarkan produk secara langsung kepada calon pembeli. Kegiatan ini merupakan kombinasi antara periklanan dan penjualan personal. Kegiatan promosi lainnya dapat dilakukan dengan publikasi melalui radio televisi, atau berbagai *event* yang menarik minat calon pembeli.

Kegiatan komunikasi pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communication*) merupakan kombinasi semua alat promosi ke dalam satu strategi promosi. Ide untuk menggunkan semua alat dan sumber daya perusahaan untuk melakukan promosi adalah untuk menciptakan imej yang positif terhadap merek, memenuhi pemasaran strategi atau jangka panjang dan mencapai sasaran promosi bagi perusahaan. Menurut W.G. Nickels (2005: 157), ada beberapa tahap dalam melakukan promosi, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi target pasar.
- 2) Menentukan sasaran setiap elemen dalam bauran promosi.

Sasaran yang ditetapkan harus dapat diukur dan jelas.

3) Menentukan anggaran promosi.

Proses anggaran dapat mengklarifikasi jumlah banyak anggaran yang digunakan dalam periklanan, penjualan personal dan usaha – usaha pemasaran lainnya.

4) Mengembangkan pesan.

Sasaran program promosi terintegrasi adalah memiliki pesan yang dapat dikomunikasikan dengan kelas menggunakan periklanan, *public relations*, penjual dan usaha promosi lainnya.

5) Menerapkan rencana.

Periklanan harus dijadwalkan untuk usaha yang saling melengkapi antara promosi penjualan dan *public relations*.

6) Mengevaluasi keefektifan promosi.

Ukuran terhadap hasil promosi tergantung pada sasaran yang jelas. Masing – masing elemen dan bauran promosi harus dapat dievaluasi secara terpisah. Semua ukuran harus jelas sehingga dapat digunakan untuk perbaikan di masa mendatang.

Perlunya wayang untuk dipromosikan karena mengacu pada data dari penyebaran angket ke berbagai sekolah SMA sederajat serta mahasiswa membuktikan bahwa pengetahuan tentang budaya wayang sangatlah kurang. Adapun hasil data angket yang telah disebar sebagai berikut.

Setiap sekolah yang disebarkan angket, pengetahuan tentang nama wayang rata – rata di bawah 15% untuk yang mengetahuinya.

Demi menanggulangi hal yang negatif ini maka harus ada upaya untuk melestarikan dengan cara mempromosikan dengan menarik dan edukatif. Butuh kajian bauran promosi yang bisa mengatasi permasalahan tersebut. Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promo yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Sebelum melakukan promosi sebaiknya dilakukan perencanaan matang yang mencakup bauran promosi oleh Dorothea Wahyu Ariani dalam buku yang berjudul *Pengantar Bisnis* (2014: 79) sebagai berikut:

- 1) Iklan (*advertising*).
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*).
- 3) Publisitas (*publicity*).
- 4) Penjualan personal (*personal selling*).
- 5) Pemasaran langsung (*direct marketing*).
- 6) Media interaktif (*interactive media*).

Keenam dari masing – masing bauran promosi dibutuhkan konsep matang untuk menciptakan promosi yang sesuai, dan untuk memperkenalkan dan mempromosikan wayang Pandawa pada remaja dari bauran promosi merupakan promosi penjualan yang mana bisa berinteraksi langsung kepada konsumen dengan menggunakan sarana *booth*. *Booth* bisa menggaet konsumen secara langsung dan

mengetahui karakteristik konsumen dengan mendetail, sehingga konsumen lebih percaya dalam membeli sebuah produk.

b) Promosi *Booth*

Promosi sangatlah beragam untuk mempromosikan sebuah buku, akan tetapi *booth* merupakan komponen utama untuk mempromosikan sebuah buku, terlebih pada saat pameran. “*Booth*” sendiri berasal dari bahasa Inggris yang memiliki banyak arti alias ambigu yaitu stan, pojok, sel telpon, tempat telpon, dan kamar. Jika dihubungkan dengan pameran maka dapat disimpulkan secara lebih sederhana bahwa *booth* adalah sebuah panggung kecil yang dilengkapi oleh beragam aksesoris yang digunakan sebagai ajang promo produk, jasa, maupun *branding* perusahaan pada sebuah acara pameran (*exhibition*).



Gambar 8. *Booth* Buku

Sumber: <http://buatwanita.blogspot.co.id/2015/11/prajualan- pesta-buku- antarabangsa.html>

Booth biasanya dibuat untuk sekali atau dua kali *event* yang sifatnya musiman, dan biasanya model dan desain *booth* tersebut disesuaikan dengan tema serta identitas perusahaan. Pameran /*event* itu sendiri haruslah memenuhi 2 tujuan utama dan memiliki fungsi yang jelas seperti yang dijelaskan Widi Putra dalam jurnalnya yang berjudul *Keris Magic Book Sebagai Pengenalan Keris Kepada Remaja* (2015:156) yaitu:

- 1) Membangun imej (*branding*) perusahaan dan menjual produk atau jasa.
- 2) Memanfaatkan semua aspek desain untuk berkomunikasi dan mengontrol suasana yang terbangun.

Adapun Fungsi *booth* sendiri yaitu:

- 1) Sebagai ajang promosi dan pembangun imej perusahaan.
- 2) Membangun korespondensi yang lebih dekat dengan pihak yang menjadi target konsumen.
- 3) Sebagai perwakilan perusahaan.
- 4) Efisiensi biaya.

Kebutuhan *booth* sebagai penunjang promosi wayang Pandawa untuk berbagai produk diantaranya ada poster, brosur, x – banner, buku, *video ad* dan masih banyak lagi. Buku menjadi produk yang menarik untuk melengkapi *booth*, karena buku memiliki daya Tarik tertentu dalam yaitu berupa orang harus meluangkan sedikit waktunya untuk membaca sehingga orang tersebut akan tertahan sejenak dan

mulai penasaran dengan produk yang promosikan. Ketika orang lebih memilih buku maka orang tersebut satu *level* lebih tinggi kertarikannya dari pada hanya melihat brosur, poster maupun x – banner.

3. Tinjauan tentang Buku Sebagai Media Edukasi

a) Pengertian Buku

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman. Seiring dengan perkembangan dalam bidang dunia informatika, kini dikenal pula istilah *e-book* atau buku-e (buku elektronik), yang mengandalkan perangkat seperti komputer, *laptop*, *tablet*, *smartphone* dan lainnya, serta menggunakan perangkat lunak tertentu untuk membacanya.

Textbook mempunyai padanan kata buku pelajaran (Echols & Shadily, 2006: 584). Selanjutnya *textbook* dijelaskan sebagai “*a book giving instruction in a subject used especially in schools*” (Crowther, 1995: 1234) yang dapat diterjemahkan bahwa buku teks adalah buku yang memberikan petunjuk dalam sebuah pelajaran khususnya di sekolah.

Buku teks adalah buku pelajaran dalam bidang studi tertentu, yang merupakan buku standar, yang disusun oleh para pakar dalam bidang itu untuk maksud – maksud dan tujuan instruksional, yang

diperlengkapi dengan sarana pengajaran yang serasi dan mudah dipahami oleh para pemakainya di sekolah – sekolah dan perguruan tinggi sehingga dapat menunjang sesuatu program pengajaran (Tarigan, 1986: 13). Berdasar pendapat tersebut, buku teks digunakan untuk mata pelajaran tertentu. Penggunaan buku teks tersebut didasarkan pada tujuan pembelajaran yang mengacu pada kurikulum. Selain menggunakan buku teks, pengajar dapat menggunakan sarana-sarana ataupun teknik yang sesuai dengan tujuan yang sudah dibuat sebelumnya. Penggunaan yang memadukan buku teks, teknik serta sarana lain ditujukan untuk mempermudah pemakai buku teks terutama peserta didik dalam memahami materi.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 11 Tahun 2005 menjelaskan bahwa buku teks adalah buku acuan wajib untuk digunakan di sekolah yang memuat materi pembelajaran dalam rangka peningkatan keimanan dan ketakwaan, budi pekerti dan kepribadian, kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, kepekaan dan kemampuan estetis, serta potensi fisik dan kesehatan yang disusun berdasarkan standar nasional pendidikan. Pusat perbukuan (dalam Muslich, 2010: 50) menyimpulkan bahwa buku teks adalah buku yang dijadikan pegangan siswa pada jenjang tertentu sebagai media pembelajaran (instruksional), berkaitan dengan bidang studi tertentu. Berdasarkan hal tersebut, buku teks merupakan buku standar yang disusun oleh pakar dalam bidangnya, bisa

dilengkapi sarana pembelajaran seperti rekaman ataupun sekarang lebih kekinian adalah menggunakan teknologi *augmented reality* yang digunakan sebagai penunjang program pembelajaran.

b) Jenis – Jenis Buku

Menurut Tarigan (1986: 29) ada empat dasar atau patokan yang digunakan dalam pengklasifikasian buku teks yaitu:

- 1) Berdasarkan mata pelajaran atau bidang studi (terdapat di SD, SMTP, SMTA).
- 2) Berdasarkan mata kuliah bidang yang bersangkutan (terdapat di perguruan tinggi).
- 3) Berdasarkan penulisan buku teks (mungkin di setiap jenjang pendidikan).
- 4) Berdasarkan jumlah penulis buku teks.

Menurut Wiratno (dalam Suyatinah, 2001: 9) jenis – jenis buku teks yang digunakan di sekolah untuk pendidikan dasar dan menengah, baik untuk murid maupun guru, yang digunakan untuk proses pembelajaran yaitu:

- 1) Buku teks utama, yakni yang berisi pelajaran suatu bidang tertentu yang digunakan sebagai pokok bagi murid atau guru
- 2) Buku teks pelengkap, yakni yang sifatnya membantu, memperkaya, atau merupakan tambahan dari buku teks utama baik yang dipakai murid maupun guru.

Berdasar paparan di atas, ada dua golongan buku teks yaitu sebagai buku teks utama dan buku teks pelengkap yang keduanya dapat digolongkan lagi berdasarkan mata pelajaran, mata kuliah, penulisan buku teks, dan berdasar jumlah penulis buku teks.

c) Desain Visual Indonesia

Layout merupakan sistem penyusunan dari elemen – elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. “*Desain dan layout yang kita lihat di masa kini sebenarnya adalah hasil perjalanan dari proses eksplorasi kreatif manusia yang tiada henti di masa lalu.*” (Rustan, 2009: 77). Membuat sebuah *layout* berarti kita membuat sebuah rancangan yang pada akhirnya berguna untuk mengkomunikasikan karya atau perancangan yang di buat kepada pembaca atau *audience*.

Elemen-elemen yang digunakan dalam pembuatan *layout*, antara lain: *header, kicker eyebrows, credit line, caption, foto, headline, deck, initial caps, box, artworks, footer, running head, bodycopy, pull quotes, sub judul, indent, nomor halaman, signature, informational, point, dan side bars*. Semua elemen-elemen ini mencakup elemen visual dan text atau tulisan.

Pembuatan *layout* harus melalui beberapa tahapan yaitu, “konsep desain” yang merupakan awal dari pembuatan sebuah desain ataupun perancangan lainnya, “media dan spesifikasinya” yang

menjelaskan tentang media yang dipakai, bahan, ukuran, posisi, sampai pada kapan, berapa lama, dan di mana saja desain tersebut akan di publikasikan, “*thumbnail & dummy*” yang merupakan sketsa dan konstruksi awal sebelum diterapkan pada konstruksi dan design aslinya, “*desktop publishing*” adalah tahap penyusunan yang menggunakan *software computer* sebagai media pembantunya, dan “percetakan” adalah tahap dimana kita mencetak hasil karya yang kita sudah buat melalui proses di atas, dan proses ini adalah proses akhir dalam pembuatan *layout*.

Menurut Surianto Rustan (2009: 17), *layout* adalah usaha untuk menyusun, manata unsur – unsur grafis (teks dan gambar) menjadi media komunikasi yang efektif. Jika data atau unsur grafis dan warna yang akan dipakai telah dipastikan sebelumnya maka selanjutnya dapat melakukan proses tata letak atau biasa disebut dengan *layout*, namun pekerjaan *layout* ini memiliki pertimbangan bagi pengembangan tata letak antara lain adalah:

- 1) Keseimbangan (*Balance*): Penataan unsur – unsur untuk mencapai suatu kesan yang menyenangkan untuk dilihat.
- 2) Lawanan (*Contrast*): Penggunaan ukuran, kepekatan dan warna yang sangat berbeda – beda dalam rangka menarik perhatian.
- 3) Perbandingan (*Proportion*): Pertalian diantara objek dan latar belakang keduanya tampak saling berinteraksi.

- 4) Alunan Pirs (Gaze-Motion): Penataan judul, ilustrasi, naskah dan tanda – tanda identifikasi yang sedemikian rupa dalam rangka pengurutan yang paling utama.
- 5) Kesatuan (Unity): Berbagai unsur iklan cetak disatukan dalam tata letak (*layout*).

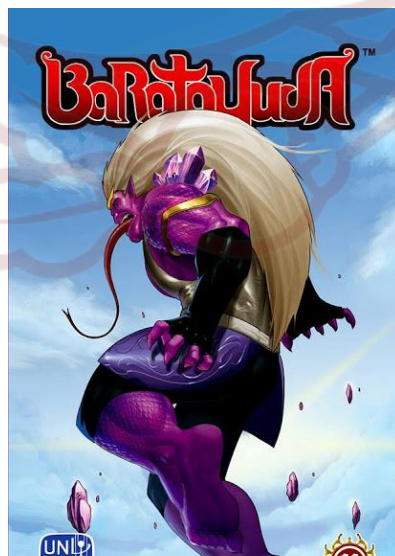
Penerapan dan teori *layout* seperti di atas, sangat berguna dalam penyusunan buku Buku Pengenalan Wayang Pandawa karena *layout* yang ingin digunakan untuk buku ilustrasi ini, menggunakan setiap informasi yang tertulis di atas dan juga dengan nantinya akan digabungkan dengan teknologi *augmented reality*, dan bentuk *layout* dari buku ini adalah menggunakan ilustrasi dari setiap wayang Pandawa, yang menjadi *image* utama di setiap halamannya.

Penerapan *layout* yang baik bukan dari teori saja karena banyak faktor yang mempengaruhi, sehingga dibutuhkan banyak referensi untuk bisa menciptakan sebuah buku yang nyaman untuk dibaca. Jika mengkaji dari teori Surianto Rustan ada beberapa contoh *layout* yang menerapkan teori di atas dan nantinya bisa diterapkan dibuku Wayang Pandawa.

Penerapan *layout* Buku Edukasi Wayang Pandawa akan banyak mencotok dari beberapa ilustrasi maupun *layout* dari beberapa buku, sebagai berikut.

1) Komik Baratayuda (Caravan Studio)

Komik baratayuda merupakan komik Indonesia yang mengisahkan cerita wayang. Walaupun komik tetapi diawal maupun akhir terdapat deskripsi setiap tokoh yang muncul dalam serial edisi yang terbit. *Contrast* yang ditampilkan dari karakter jahat dan baik memberikan perubahan pembaca untuk lebih mengenal dan mengidentifikasi karakter tersebut sesuai dengan teori dari *contrast*. *Layout* yang digunakan sebenarnya sama dengan yang lainnya tetapi yang membuatnya menarik adalah dari sisi warna *colorful*, sehingga bisa meningkatkan minat baca. Walaupun warnanya yang *colorful* tapi masih memperlihatkan kesan kuno atau tradisional dengan sedikit noda sehingga memperlihatkan bahwa cerita atau tema yang ada dalam komik tersebut adalah cerita tradisional.

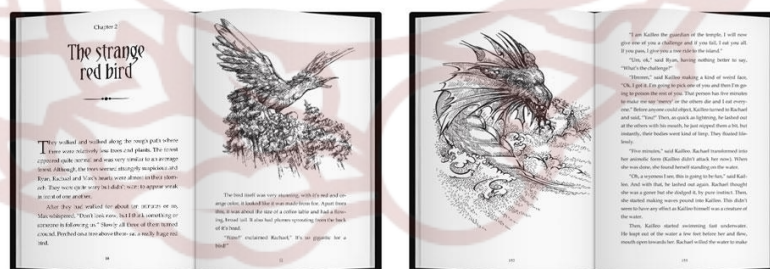


Gambar 9. *Layout* Komik Baratayuda
Sumber: <http://www.reoncomics.com/> (2015)

Penokohnya pun dibuat lebih sangar dan juga lebih kekinian sehingga sesuai dengan gaya remaja sekarang.

2) Buku *The Book of Heaven's* (Via Media)

Teori alunan pirsu bisa dilihat dari buku *The Book of Heaven's* dimana runtutan sebuah makhluk ataupun tempat ditata secara menarik dari yang paling kecil pengaruhnya hingga yang paling berpengaruh didalam dunia fiksi, sehingga pembaca selalu tertarik untuk membaca setiap runtutan kisah pada buku tersebut. Dominasi warna hitam dan putih pun menjadikan kesan *simple* dan bersih, tetapi diimbangi dengan ilustrasi yang detail sehingga mata pembaca tidak akan lelah karena dengan warna mencolok ketika membaca. *Layout* pun juga sederhana satu lembar berisi ilustrasi dan lembar selanjutnya berisi keterangan dari ilustrasi atau judul yang tealh ditampilkan.



Gambar 10. *Layout* Buku *The Book of Heaven's*
 Sumber: <http://www.viamedia.in/Children-Book-design-Cover-illustration-Book-of-the-Heavens-nishanth-kumar-amazon-Barnes-Nobles/> (2013)

3) Buku *New Eden* (Leo Davie)

Buku karya Leo Davie yang berjudul *New Eden* merupakan buku yang menggunakan *layout* dengan 75% ilustrasi dan hanya 10% deskripsi yang memberikan proporsi yang sangat timpang, tetapi dengan pengalaman dan juga *layout* yang sudah didesain sedemikian rupa menjadikan proporsinya pas dan menjadikannya lebih menarik untuk membaca. Leo memang lebih memfokuskan pembaca pada ilustrasi, agar imajinasi pembaca lebih bisa menangkap setiap bab yang diberikan. Menekankan ilustrasi pada buku memang strategi dari Leo karena dalam bukunya banyak tempat belum ada didunia, sehingga perlu gambaran yang kuat untuk membantu pembaca dalam menggambarkan tempat yang diceritakan. Kebanyakan tokoh – tokoh wayang yang masyarakat belum mengetahuinya, *layout* seperti ini sangat membantu pembaca dalam menggambarkan sebuah tokoh wayang nantinya.



Gambar 11. *Layout* Buku *New Eden*
 Sumber: <http://www.thecolector.com/new-eden/> (2014)

Pemilihan *layout* yang sesuai sangat berpengaruh pada minat baca seseorang, pemilihan *layout* perlu menimbang pada ilustrasi atau gaya visual yang akan dibuat nanti. Pengklasifikasian target juga perlu diperhatikan untuk menentukan *layout* yang akan digunakan, apalagi targetnya adalah remaja yang memiliki banyak karakteristik minat dalam membaca.

d) Gaya Visual Ilustrasi

Ketertarikan remaja dalam sebuah desain visual sangatlah beragam, yang biasanya memprentasikan dari remaja itu sendiri, sehingga perlua adanya data yang kuat untuk menentukan desain visual apa yang paling banyak diminati oleh remaja. Beberapa teori yang telah dipelajari belum tentu menunjukkan keadaan sebenarnya di lapangan, remaja cenderung menyukai visual maupun ilustrasi yang seperti apa. Banyak gaya visual yang telah dikembangkan di seluruh dunia yang bisa diaplikasikan kedalam promosi Wayang Pandawa, berikut beberapa gaya visual ilustrasi untuk mewakili Wayang Pandawa.

1) *Visdev*

Visdev merupakan sebuah ilustrasi yang dikembangkan pada tahun 1950 sampai 1960 yang dulu familiar untuk digunakan pada animasi tv. Belum pasti orang atau perusahaan yang pertama kali menerapkan ilustrasi visdev. Visdev memiliki ciri khas yang ketara dengan garis lurus, meiliki sudut tajam dan

penyederhanaan pada objek yang dibuat. Visdev diperuntukkan untuk mengubah perspektif seseorang pada era 60-an yang dikuasi oleh animasi Disney yang cenderung kebulat – bulatan atau garis lengkung.



Gambar 12. Gatotkaca Versi Visdev

Sumber:

http://img07.deviantart.net/e97d/i/2012/047/6/4/gatot_kaca_baratayuda_comic_by_waloehtcomic-d4pwk1g.jpg (2015)

2) *Manga*

Manga merupakan komik yang dibuat di Jepang, kata tersebut digunakan khusus untuk membicarakan tentang komik Jepang, sesuai dengan gaya yang dikembangkan di Jepang pada akhir abad ke-19. Kata Manga memiliki prasejarah yang panjang dan sangat rumit di awal Kesenian Jepang. Mangaka adalah orang yang menggambar manga. Komik Manga dipengaruhi, dari karya-karya asli, yang ada juga di bagian negara lain, khususnya di China, Hong Kong, dan Taiwan, dan Korea Selatan. Ciri – ciri

ilustrasi manga yaitu bermata lebar, mulut kecil dan hidung mancung.



Gambar 13. Gatotkaca Versi *Manga*

Sumber: http://img10.deviantart.net/e264/i/2015/112/d/5/gatotkaca_by_aans88-d5w5iy9.jpg (2013)

3) Realis

Realis adalah penggambaran sebuah objek yang meyerupai aslinya, akan tetapi dalam dunia ilustrasi biasa ditampilkan lebih gagah, cantik, heroik ataupun sebaliknya. Realis lebih banyak digunakan pada sebuah hal – hal yang ditekankan atau bagian yang terpenting karena mengingat waktu pengerjaan ilustrasi realis membutuhkan waktu yang lama.



Gambar 14. Gatotkaca Versi Realis

Sumber:

http://img03.deviantart.net/e459/i/2008/112/f/1/gatot_kaca_by_bernalilo.jpg (2012)

4) Siluet

Siluet merupakan ilustrasi yang bisa dibilang paling sederhana dari yang lainnya, karena hanya menampilkan bentuk bayangan dari objek. Biasanya ilustrasi siluet bisa iberikan sebuah penekanan agar objek atau karakter dapat ditangkap lebih sempurna oleh audien.



Gambar 15. Gatotkaca Versi Siluet
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2014)

5) Chibi

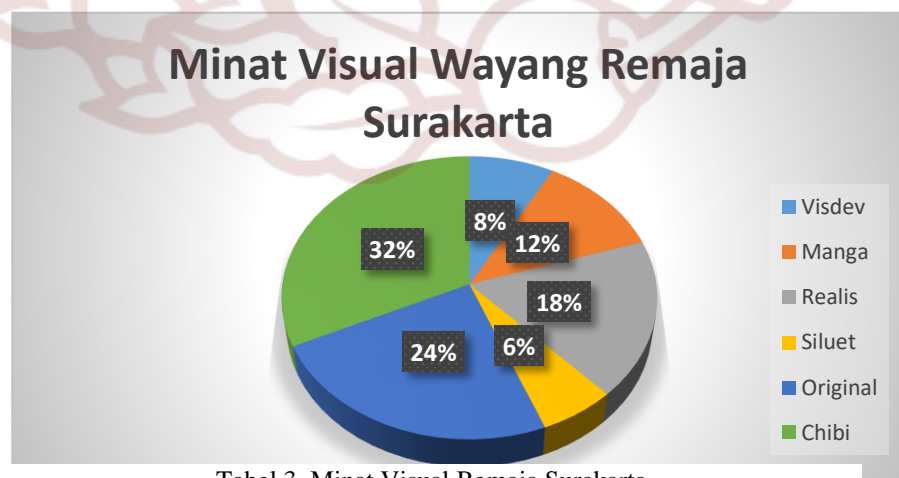
Chibi adalah penggambaran ilustrasi dengan karakter dibuat anak kecil atau juga bisa dijadikan cebol, sehingga memberikan kesan yang imut dan juga menggemaskan. Ciri – ciri *chibi* sanga terlihat dengan ukuran karakter yang lebih kecil dengan aslinya dan terlihat lebih kekanak – kanakan.



Gambar 16. Gatotkaca Versi *Chibi*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2014)

e) Visual Remaja Kota Surakarta

Beberapa ilustrasi yang sudah disebutkan di atas adalah contoh ilustrasi yang sekarang sedang disukai oleh para remaja. Demi mendapatkan data yang akurat, ilustrasi apa yang paling disukai oleh remaja khususnya yang ada di Surakarta, maka pengkarya menyebarkan angket ke beberapa sekolah untuk menemukan jawaban yang akurat minat visual dari remaja yang ada di Kota Surakarta, dan didapatkan hasil sebagai berikut.



Tabel 3. Minat Visual Remaja Surakarta
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

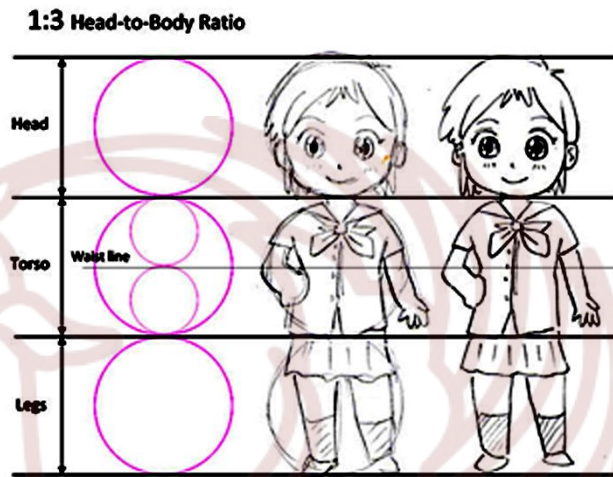
Dilihat dari tabel di atas menunjukkan minat visual remaja yang ada di Kota Surakarta adalah *chibi* dan peringkat dua adalah visual original dari wayang itu sendiri.

Menurut Christopher Hart pada bukunya yang berjudul *Draw Mangan Now! Chibis, Mascot & More* (2013) menjelaskan *chibi* berasal dari kata Bahasa Jepang yang berarti "orang pendek" atau "anak kecil". Kata ini populer di kalangan penggemar *manga* dan *anime*. Arti kata ini adalah seseorang atau binatang yang pendek atau kecil. Contoh dari penggunaan kata ini yang populer adalah *Chibiusa*, sebuah nama peliharaan dari anak perempuan dari Sailor Moon dikenal dengan Chibi Usagi ("Usagi cilik").

Pada kalangan penggemar *anime* dan *manga* (otaku), istilah *chibi* sering bercampur aduk dengan istilah *super deformed* atau bisa digunakan untuk mendeskripsikan versi anak – anak dari sebuah karakter. Penggambaran *chibi* kepala bersama dengan mata sering diperbesar ke ukuran proporsional lebih dari tubuh. Hal ini membuat lebih mudah untuk menunjukkan emosi karakter. Sebuah contoh jika kepala karakter mendadak jadi sangat besar yang mengekspresikan kemarahan.

Membuat karakter menjadi *chibi* juga bisa dibilang mudah, yaitu pertama harus mengetahui apa yang menjadi ciri khas dari karakter yang akan dijadikan *chibi*. Selanjutnya menggambar dengan menggunakan proporsi tiga kepala, sehingga karakter akan ter – deformasi menjadi kecil.

Langkah selanjutnya menggambar sesuai dengan ciri khas dari karakter tadi.



Gambar 17. Proporsi Karakter Chibi
Sumber: <http://johnnydrawsmanga.com/> (2015)

Banyak para ilustrator yang mempunyai langkah – langkah dalam membuat sebuah karakter *chibi*, tetapi mereka mempunyai kesamaan yaitu pada penyederhanaan bentuk dari karakter yang asli. Adapaun langkah – langkah menggambar *chibi* versi *Christopher Hart*:

- 1) **Sketsa wajah**, pertama gambar sebuah lingkaran dan sebuah sudut melengkung kecil untuk garis dagu. Lalu buat dua garis menyilang untuk mempertlihatkan imajiner arah hadap objek.



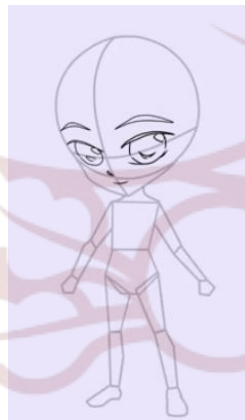
Gambar 18. Sketsa Wajah
Sumber: Christopher Hart (2013)

- 2) **Sketsa badan**, dalam menggambar karakter *chibi*, gambar badan lebih kecil dari pada kepala.



Gambar 19. Sketsa Badan
Sumber: Christopher Hart (2013)

- 3) **Gambar detail wajah**, bisa digambar dengan mata normal tapi dengan ukuran yang lebih besar. Untuk menggambar hidung dan mulut bisa hanya dengan garis pendek dan garis melengkung.



Gambar 20. Gambar detail Wajah
Sumber: Christopher Hart (2013)

- 4) **Gambar rambut**, buat yang mudah, tidak perlu menambahkan helain rambut. Bisa ditambahkan aksesoris tambahan seperti pita, jepit rambut atau bando.



Gambar 21. Gambar Rambut
Sumber: Christopher Hart (2013)

- 5) **Gambar baju**, buat baju dengan *simple*, jangan terlalu banyak tambahan garis baju.



Gambar 22. Gambar Baju
Sumber: Christopher Hart (2013)

- 6) **Gambar tangan dan kaki**, gambar jari dengan garis yang *simple* dan juga tidak perlu terlalu detail.



Gambar 23. Gambar Tangan dan Kaki
Sumber: Christopher Hart (2013)

7) **Hapus garis bantu dan warna karakter.**



Gambar 24. Hapus Garis Bantu dan Warna
Sumber: Christopher Hart (2013)

Mengetahui ilustrasi belum lah cukup untuk meningkatkan minat ramaja untuk membaca wayang, dibutuhkan sesuatu yang menarik yaitu dengan menggunakan teknologi *augmented reality* yang sekarang sedang naik daun karena keunikan yang disajikan. Buku Wayang Pandawa bisa memanfaatkan memontum tersebut untuk meningkatkan nminat baca remaja.

4. Tinjauan *Augmented Reality* sebagai Penunjang Media Edukasi

a) Pengertian *Augmented Reality*

Dikenal dengan singkatan bahasa Inggrisnya AR (*augmented reality*), adalah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata. Tidak seperti realitas maya yang sepenuhnya menggantikan kenyataan, realitas ditambah sekadar menambahkan atau melengkapi kenyataan. Benda-benda maya menampilkan informasi yang tidak dapat diterima oleh pengguna dengan inderanya sendiri. Hal ini membuat realitas ditambah sesuai sebagai alat untuk membantu persepsi dan interaksi pengguna dengan dunia nyata. Informasi yang ditampilkan oleh benda maya membantu pengguna melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam dunia nyata.

Realitas ditambah dapat diaplikasikan untuk semua indera, termasuk pendengaran, sentuhan, dan penciuman. Selain digunakan dalam bidang-bidang seperti kesehatan, militer, industri manufaktur, realitas ditambah juga telah diaplikasikan dalam perangkat-perangkat yang digunakan orang banyak, seperti pada telepon genggam.

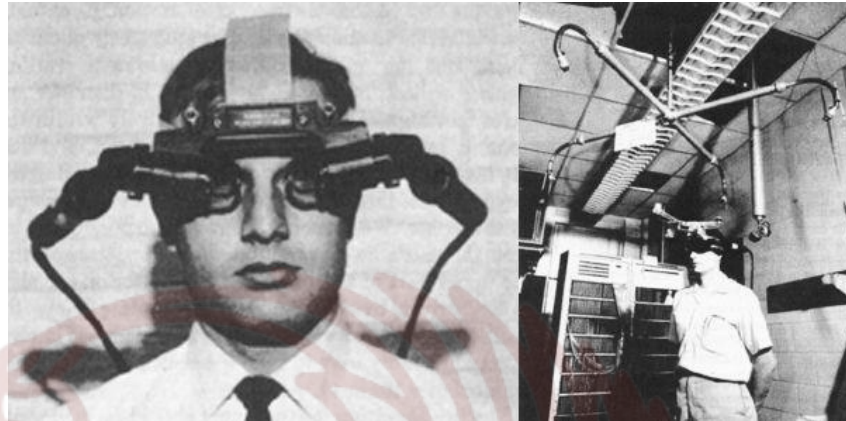
Ronald T. Azuma (1997: 355) mendefinisikan *augmented reality* sebagai penggabungan benda – benda nyata dan maya di lingkungan nyata, berjalan secara interaktif dalam waktu nyata dan terdapat integrasi antar benda dalam tiga dimensi, yaitu benda maya

terintegrasi dalam dunia nyata. Penggabungan benda nyata dan maya dimungkinkan dengan teknologi tampilan yang sesuai, interaktivitas dimungkinkan melalui perangkat – perangkat input tertentu, dan integrasi yang baik memerlukan penjejukan yang efektif.

Selain menambahkan benda maya dalam lingkungan nyata, realitas ditambah juga berpotensi menghilangkan benda-benda yang sudah ada. Menambah sebuah lapisan gambar maya dimungkinkan untuk menghilangkan atau menyembunyikan lingkungan nyata dari pandangan pengguna. Misalnya, untuk menyembunyikan sebuah meja dalam lingkungan nyata, perlu digambarkan lapisan representasi tembok dan lantai kosong yang diletakkan di atas gambar meja nyata, sehingga menutupi meja nyata dari pandangan pengguna.

b) Sejarah *Augmented Reality*

Design for The Real Virtual buku karya Victor Papanek (2015: 36) menjelaskan bahwa sejarah animasi berkembang di tahun 1800-an. Pada 1800-an, manusia telah berusaha melihat “suasana lain” melalui lukisan panorama. Lukisan berjudul “*Battle of Borodino*” (1812) menggambarkan suasana perang di lapangan yang luas. Di abad yang sama, tepatnya 1838, Charles Wheatstone mendemonstrasikan bahwa otak memproses dua gambar 2D berbeda di masing – masing mata. Ia kemudian menciptakan *View – Master Stereoscope* untuk “turis virtual”. Konsep ini yang digunakan di *Google Cardboard* masa kini.



Gambar 25. Awal Percobaan *Virtual Reality*
 Sumber: Victor Papane “*Design for The Real Virtual*” (2015)

Di 1929, Edward Link menciptakan Link Trainer yang merupakan simulator penerbangan dan seluruhnya electromechanical. Alat ini digunakan oleh calon pilot untuk pelatihan kemampuan selama masa Perang Dunia II.

Pada 1957, Morton Heilig dianggap sebagai *father of virtual* karena berhasil mengembangkan sensorama yang dipatenkan 1962, teater kecil yang menstimulasi semua indera. Dibekali layar 3D, kipas angin, generator bau, dan kursi bergetar sehingga penonton film bisa menikmati film dengan pengalaman nyata. layar *augmented reality* di kepala pertama diciptakan pada 1960. Heilig menciptakan *Telesphere Mask* dan *Head Mounted Display* (HMD) sebagai medium menonton film tanpa bisa berinteraksi dengan pergerakan. *Headset* itu hanya menampilkan pemandangan 3D, sehingga film menjadi nyata. Setahun berikutnya, barulah *augmented reality* yang bisa mendeteksi gerakan diciptakan oleh teknisi Philco Corporation. Pada 1968, Ivan Sutherland yang juga menjabat sebagai *associate professor of*

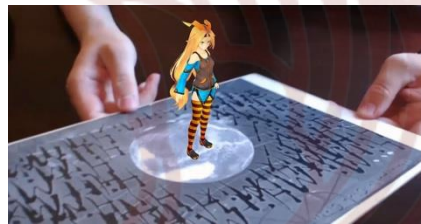
electrical engineering di Havard University, dan muridnya Bob Sproull menciptakan *augmented reality* dengan sistem *Head Mounted Display* (HMD), alat tersebut bernama *The Sword of Democles*. walaupun sangat berat alat tersebut terdapat *binocular display* dan *head tracking*, sejak saat itu semakin banyak penemuan dari berbagai ilmuwan

c) *Authoring Software Augmented Reality*

Software untuk membuat sebuah *augmented reality* sekarang sangat lah beragam. *Developer* mulai melirik teknologi *augmented reality* karena melihat begitu terbukanya peluang untuk mendulang uang di dunia teknologi ini. Menurut Sanni Siltanen pada bukunya yang berjudul *Marker Based Tracking* dan *Markless Augmented Reality*, per tahun 2012 lebih dari 50 *software* yang telah dikembangkan untuk menciptakan sebuah aplikasi *augmented reality*. Berikut rangkumannya.

- 1) Vuforia adalah *augmented reality Software Development Kit* (SDK) untuk perangkat mobile yang memungkinkan pembuatan aplikasi *augmented reality*. SDK Vuforia juga tersedia untuk digabungkan dengan Unity yaitu bernama *Vuforia augmented reality Extension for Unity*. Vuforia merupakan SDK yang disediakan oleh Qualcomm untuk membantu para developer membuat aplikasi – aplikasi *augmented reality* di *mobile phones*

(iOS, Android). SDK Vuforia sudah sukses dipakai di beberapa aplikasi – aplikasi mobile untuk kedua platform tersebut.



Gambar 26. *Software Augmented Reality Vuforia*
Sumber: www.vuforia.com (2016)

- 2) Argon, *augmented reality browser* milik Georgia Tech's GVU Center ini menggunakan campuran KML dan HTML/ JavaScript/ CSS untuk memungkinkan mengembangkan aplikasi *augmented reality*. Setiap konten web (dengan meta-data yang sesuai dan diformat dengan benar) dapat dikonversi menjadi konten *augmented reality*. Per November 2011, hanya tersedia untuk iPhone.
- 3) ARToolKit, sebuah *software open source* (LGPLv3) C-Library untuk membuat aplikasi *augmented reality*, adalah penerjemah ke berbagai bahasa dan platform seperti *Android*, *Flash* atau *Silverlight*, sangat banyak digunakan dalam proyek – proyek yang berhubungan dengan *augmented reality*.

- 4) ArUco, merupakan sebuah *minimal library* untuk aplikasi *augmented reality* berbasis OpenCV; Lisensi: BSD, Linux, Windows.
- 5) Open Space 3D adalah sebuah *software* yang bisa digunakan untuk mengembangkan sebuah *augmented reality*, terutama yang ingin *develop* di *Dekstop Based* dan *Web Based*.
- 6) Mixare (*Mix Augmented Reality Engine*), (GPLv3) *augmented reality engine* untuk *android* and *iPhone*, bekerja sebagai aplikasi *antonomous* dan untuk mengembangkan berbagai bidang pekerjaan *augmented reality*.
- 7) Goblin XNA, sebuah platform untuk fokus pada antarmuka pengguna 3D, termasuk mobile *augmented reality* dan *virtual reality*, dan lebih diperuntukkan untuk *game*.

d) Macam – Macam *Marker Augmented Reality*

Penggunaan *augmented reality* tidak lepas dengan *marker*. *Marker* sendiri berfungsi sebagai pemicu “*trigger*” yang nantinya aplikasi *augmented reality* akan membaca perintah apa yang akan dilakukan. Metode *marker* yang dikembangkan pada *augmented reality* saat ini terbagi menjadi dua metode, yaitu *Marker Based Tracking* dan *Markless Augmented Reality*. Sesuai dengan penjelasan Sanni Siltanen pada bukunya yang berjudul *Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality* (2012: 89), sebagai berikut.

1) *Marker Augmented Reality*

Marker biasanya merupakan ilustrasi hitam dan putih persegi dengan batas hitam tebal dan latar belakang putih. Komputer akan mengenali posisi dan orientasi marker dan menciptakan dunia virtual 3D yaitu titik (0,0,0) dan tiga sumbu yaitu X, Y, dan Z. Marker Based Tracking ini sudah lama dikembangkan sejak 1980-an dan pada awal 1990-an mulai dikembangkan untuk penggunaan Augmented Reality.



Gambar 27. *Marker Augmented Reality*
Sumber: Sanni Siltanen “*Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*” (2012)

2) *Markerless Augmented Reality*

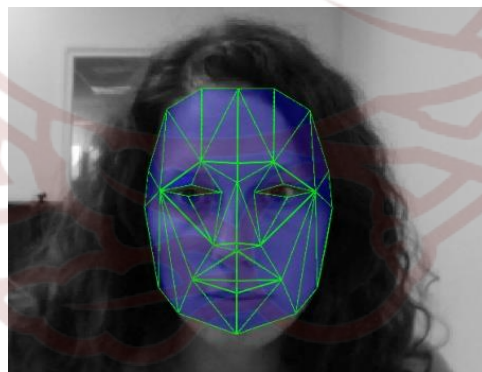
Salah satu metode Augmented Reality yang saat ini sedang berkembang adalah metode *Markerless Augmented Reality*, dengan metode ini pengguna tidak perlu lagi menggunakan sebuah marker untuk menampilkan elemen – elemen digital, dengan tool yang disediakan atau membuatnya sendiri untuk pengembangan *Augmented Reality* berbasis *mobile*

device, mempermudah pengembang untuk membuat aplikasi yang *markerless*.

Seperti yang saat ini dikembangkan oleh perusahaan *Augmented Reality* terbesar di dunia Total Immersion dan Qualcomm, mereka telah membuat berbagai macam teknik Markerless Tracking sebagai teknologi andalan mereka, seperti Face Tracking, 3D Object Tracking, dan Motion Tracking. *Markerless* dibagi kembali dalam tiga jenis yaitu:

a) *Face Tracking*

Algoritma pada komputer terus dikembangkan, hal ini membuat komputer dapat mengenali wajah manusia secara umum dengan cara mengenali posisi mata, hidung, dan mulut manusia, kemudian akan mengabaikan objek-objek lain di sekitarnya seperti pohon, rumah, dan lain – lain.

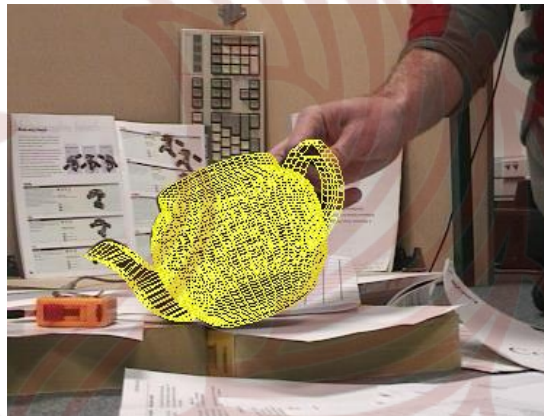


Gambar 28. *Face Tracking Marker*

Sumber: Sanni Siltanen "*Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*" (2012)

b) *3D Object Tracking*

Berbeda dengan Face Tracking yang hanya mengenali wajah manusia secara umum, teknik 3D Object Tracking dapat mengenali semua bentuk benda yang ada disekitar, seperti mobil, meja, televisi, dan lain-lain.

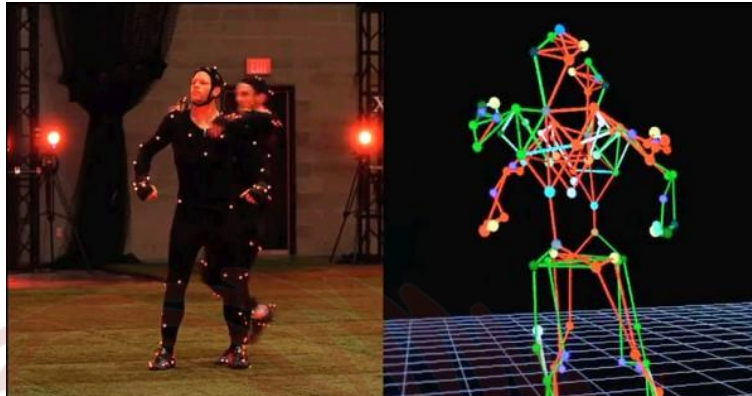


Gambar 29. *3D Object Tracking*

Sumber: Sanni Siltanen "*Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*" (2012)

c) *Motion Tracking*

Komputer dapat menangkap gerakan, Motion Tracking telah mulai digunakan secara ekstensif untuk memproduksi film-film yang mencoba mensimulasikan gerakan.

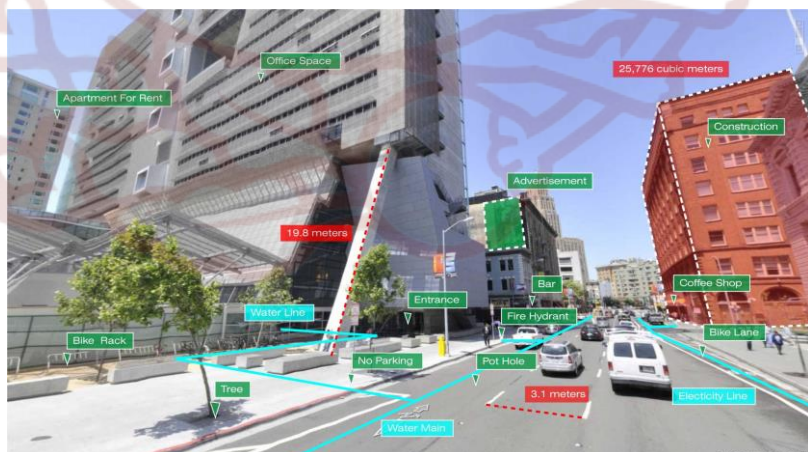


Gambar 30. *Motion Tracking*

Sumber: Sanni Siltanen “*Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*” (2012)

d) *GPS Based Tracking*

Teknik *GPS Based Tracking* saat ini mulai populer dan banyak dikembangkan pada aplikasi smartphone (*iPhone* dan *Android*), dengan memanfaatkan fitur GPS dan kompas yang ada didalam smartphone, aplikasi akan mengambil data dari GPS dan kompas kemudian menampilkannya dalam bentuk arah yang kita inginkan secara realtime, bahkan ada beberapa aplikasi menampilkannya dalam bentuk 3D.



Gambar 31. *GPS Based Tracking*

Sumber: Sanni Siltanen “*Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*” (2012)

e) Pengaplikasian *Augmented Reality*

Augmented reality berkembang pesat karena dinilai sangat bermanfaat dan fungsional untuk mempermudah penggambaran sebuah objek. Seluruh belahan duni mulai melakukan riset untuk meningkatkan kemampuan dan kegunaan dari *augmented reality*. Menurut Michael Haller, Mark Billinghurst dan Bruce H. Thomas dalam bukunya yang berjudul *Emerging Technologies of Augmented Reality: Interface and Design* (2007: 86), mereka merangkum penggunaan yang tumbuh pesat pada *augmented reality* adalah.

1) Kesehatan

Bidang ini merupakan salah satu bidang yang paling penting bagi sistem *augmented reality*. Contoh penggunaannya adalah pada pemeriksaan sebelum operasi, seperti CT Scan atau MRI, yang memberikan gambaran kepada ahli bedah mengenai anatomi internal pasien.

2) Arkeologi

Augmented reality diaplikasikan untuk membantu penelitian arkeologi. Penambahkan fitur arkeologi ke *landscape* modern, *augmented reality* membiarkan para arkeolog merumuskan konfigurasi lokasi yang memungkinkan dari struktur yang ada. Model reruntuhan, bangunan, lanskap, atau bahkan orang kuno (fosil, mumi) yang diolah oleh komputer sehingga menjadi sebuah bentuk *augmented reality*.

3) Arsitektur

Augmented reality dapat membantu dalam memvisualisasikan proyek bangunan. Gambar struktur yang dihasilkan komputer dapat dituangkan ke dalam kehidupan nyata dari suatu properti sebelum bangunan fisik dibangun, ini ditunjukkan secara terbuka oleh Trimble Navigation pada tahun 2004. *Augmented reality* juga dapat digunakan di dalam ruang kerja arsitek, membuat visualisasi 3D animasi mereka untuk gambar 2D mereka. Penglihatan arsitektur dapat ditingkatkan dengan aplikasi *augmented reality* yang memungkinkan pengguna melihat eksterior bangunan untuk dilihat melalui dindingnya, melihat benda dan tata letak interiornya.

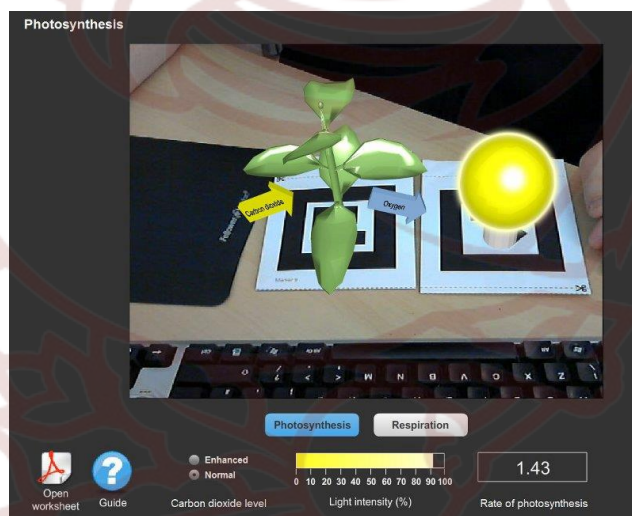
4) Manufaktur dan Reparasi

Bidang lain di mana *augmented reality* dapat diaplikasikan adalah pemasangan, pemeliharaan, dan reparasi mesin–mesin berstruktur kompleks, seperti mesin mobil. Instruksi – instruksi yang dibutuhkan dapat dimengerti dengan lebih mudah dengan *augmented reality*, yaitu dengan menampilkan gambar – gambar tiga dimensi di atas peralatan yang nyata. Gambar – gambar ini menampilkan langkah – langkah yang harus dilakukan untuk menyelesaikannya dan cara melakukannya. Selain itu, gambar – gambar tiga dimensi ini juga

dapat dianimasikan sehingga instruksi yang diberikan menjadi semakin jelas.

5) Pendidikan

Kegunaan dalam bidang edukasi sangat besar manfaatnya, dengan *augmented reality* murid akan jauh lebih memahami tentang suatu pelajaran yang diberikan oleh gurunya. Misalnya ketika seorang guru mengajarkan pelajaran tentang anatomi hewan maka dalam teknologi *augmented reality* seakan – akan ada hewan didepan mata lengkap dengan berbagai alat penunjang, sehingga murid akan mengetahui detail yang lebih dari pada hanya melihat dibuku.



Gambar 32. *Augmented Reality* Dibidang Pendidikan
Sumber; *Emerging Technologies of Augmented Reality: Interface and Design* (2007)

Amerika Serikat dan Inggris menjadi negara yang memanfaatkan teknologi *augmented reality*, karena dinilai lebih efisien dan juga lebih murah dari pada murid – murid harus

membeli tiap buku dalam setiap mata pelajaran. Mungkin dikemudian hari metode pembelajaran yang semula manual dengan guru menjelaskan di papan atau di buku akan berganti menjadi digital, itu semua bukan hal yang mustahil.

6) *Visual Art*

Augmented reality yang diterapkan dalam *visual art* memungkinkan objek atau tempat untuk menjadikan pengalaman dan interpretasi artistik multidimensional dalam sebuah karya seni. Teknologi *augmented reality* membantu pengembangan teknologi pelacakan mata untuk menerjemahkan gerakan mata orang cacat ke dalam gambar di layar. Karya seniman Amir Bardaran, "Frenchising the Mona Lisa" melapisi video pada lukisan Da Vinci menggunakan aplikasi *augmented reality* yang disebut "*Junaio*". Aplikasi *augmented reality* memungkinkan pengguna untuk melatih *smartphone*-nya di Mona Lisa karya Da Vinci dan terlihat Mona Lisa tersebut mengembangkan rambutnya dan memakaikan bendera Prancis di sekitar wajahnya layaknya jilbab Islam. Penggunaan jilbab itu masih kontroversial di Prancis saat itu.



Gambar 33. *Augmented Reality Dibidang Visual Art*
 Sumber: *Emerging Technologies of Augmented Reality: Interface and Design* (2007)

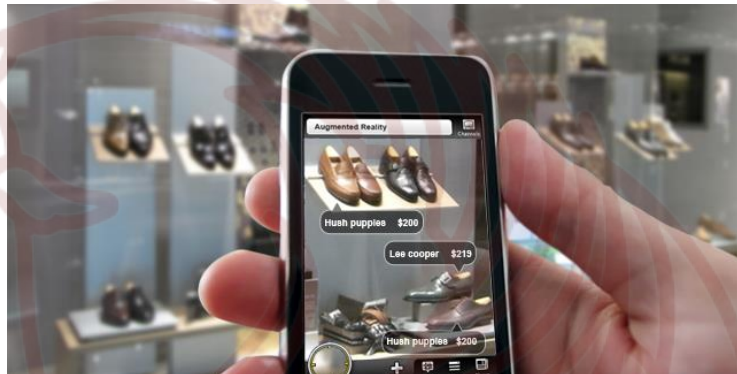
7) Hiburan

Bentuk sederhana dari *augmented reality* telah dipergunakan dalam bidang hiburan dan berita untuk waktu yang cukup lama. Contohnya adalah pada acara laporan cuaca dalam siaran televisi di mana wartawan ditampilkan berdiri di depan peta cuaca yang berubah. Dalam studio, wartawan tersebut sebenarnya berdiri di depan layar biru atau hijau. Pencitraan yang asli digabungkan dengan peta buatan komputer menggunakan teknik yang bernama *chroma-keying*.

8) Periklanan

Augmented reality digunakan untuk mengintegrasikan pemasaran media cetak. Materi pemasaran cetak dapat dirancang dengan gambar "*trigger*" tertentu yang saat dipindai oleh perangkat berkemampuan *augmented reality*, maka ketika diaktifkan akan muncul video maupun animasi dari materi promosi tersebut. Perbedaan utama antara *augmented reality* dan

pengenalan gambar adalah dapat memberikan beberapa konten sekaligus di perangkat yang akan digunakan, seperti tombol yang terhubung ke media sosial, video, maupun web, bahkan objek audio dan 3D.



Gambar 34. *Augmented Reality* Dibidang Periklanan
Sumber: *Emerging Technologies of Augmented Reality: Interface and Design*

Augmented reality dapat meningkatkan pratinjau produk seperti memungkinkan pelanggan melihat apa yang ada di dalam kemasan produk tanpa membukanya. *Augmented reality* juga bisa digunakan sebagai bantuan dalam memilih produk dari katalog atau toko. Gambar hasil pindaian dapat mengaktifkan tampilan konten tambahan seperti opsi penyesuaian dan gambar tambahan produk dalam penggunaannya.

9) Militer

Kalangan militer telah bertahun – tahun menggunakan tampilan dalam kokpit yang menampilkan informasi kepada pilot pada kaca pelindung kokpit atau kaca depan helm penerbangan mereka. Ini merupakan sebuah bentuk tampilan *augmented reality*. SIMNET, sebuah sistem

permainan simulasi perang, juga menggunakan teknologi *augmented reality*. Melengkapi anggota militer dengan tampilan kaca depan helm, aktivitas unit lain yang berpartisipasi dapat ditampilkan.

10) Navigasi

Kurun waktu 1 tahun terakhir ini, telah banyak integrasi *augmented reality* yang dimanfaatkan pada telepon genggam. Saat ini ada 3 Sistem Operasi telepon genggam besar yang secara langsung memberikan dukungan terhadap teknologi *augmented reality* melalui antarmuka pemrograman aplikasinya masing – masing. Ketika menggunakan kamera sebagai sumber aliran data visual, maka Sistem Operasi tersebut mesti mendukung penggunaan kamera dalam modus pratayang. *Augmented reality* adalah sebuah presentasi dasar dari aplikasi – aplikasi navigasi. Menggunakan GPS maka aplikasi pada telepon genggam dapat mengetahui keberadaan penggunanya pada setiap waktu.

B. Analisis dan Sintetis

1. Analisis

Analisis dari pengumpulan data – data tinjauan setiap materi yang nantinya untuk menjadi pedoman pengkarya dalam membuat Buku Edukasi Wayang Wayang dengan Pemanfaatan Teknologi *augmented Reality* yaitu menggunakan analisis SWOT, adapun sebagai berikut.

a) *Strength*

Keragaman budaya sebagai kekuatan khasanah budaya merupakan suatu keunggulan dan modal membangun bangsa Indonesia yang multikultural, karena memiliki gambaran budaya yang lengkap dan bervariasi. Sebagai contoh dalam bidang seni, Indonesia sangat berlimpah karya, kreasi dan keunikan dari keragaman kultur masing-masing etnis baik dalam bentuk seni sastra, seni pertunjukan, seni suara/instrumental, seni tari dan seni lainnya. Kebudayaan seni wayang yang memiliki ciri khas kesukuan seperti wayang kulit gaya Yogyakarta, wayang kulit gaya Surakarta, wayang kulit gaya Bali, wayang golek dari sunda dan berbagai macam pengembangan wayang kontemporer dari suku suku lainnya. Nilai – nilai budaya yang tertanam di dalam masyarakat Indonesia merupakan sebuah kekuatan yang luar biasa dan perlu dimanfaatkan dengan baik antara lain: (1) dibandingkan dengan negara lain di dunia, keragaman budaya Indonesia sangat bervariasi, unik, dan lengkap karena dipengaruhi oleh keadaan alam dengan kondisi geografis, flora dan fauna yang berbeda antara wilayah Indonesia bagian Barat, Tengah dan Timur. (2) keunikan dan kekhasan budaya lokal mulai dari sistem kekerabatan, etika pergaulan, pakaian adat, rumah adat, tari tradisional, alat musik tradisional, senjata tradisional, bahasa dan dialek, instrumen dan lagu daerah, pengetahuan pengobatan dan pengetahuan kuliner. (3) merupakan hal yang menarik pandangan

bangsa lain yang ingin mempelajari, mencoba, menikmati bahkan memiliki hasil budaya lokal di Indonesia. Banyak warga asing tertarik dan mempelajari kebudayaan lokal dan adapula yang akhirnya menjadi warganegara Indonesia.

Keanekaragaman Budaya Indonesia merupakan potensi kekuatan dalam membangun kemandirian bangsa seperti tercantum dalam salah satu pidato Presiden Sukarno: "Aku bangga dan gandrung pada pemuda Indonesia, gagah perkasa sebagai orang Aceh, pandainya orang Minang, ayu kemayunya orang Solo, tegarnya orang Sulawesi". Kita juga pernah mengalami masa Irian Barat yang mati-matian diperjuangkan kembali kepangkuan Indonesia. Kita sekarang hidup di dunia dongeng dan kenyataan, dongeng sebagai sesuatu yang indah berupa impian untuk mempersatukan Indonesia, kenyataannya tahun 1945 dongeng tentang persatuan dan kesatuan bukan omong kosong dan sudah menjadi nilainilai yang membudaya."(Bambang Widiyanto, 2009:27)

Kekuatan buku *augmented reality* adalah yang pertama bisa mengikuti zaman sekarang yang serba dengan teknologi. Pengembangan dari teknologi pun semakin pesat dan tidak bisa dibendung sehingga pemanfaatan *augmented reality* dalam pelestarian budaya wayang sangatlah dibutuhkan. Kedua buku *augmented reality* adalah sebuah terobosan dimana jika seseorang membaca dari buku tersebut tetap bisa mendapatkan ilmu dan bisa

merasakan *feel* membaca dengan buku fisik yang sekarang sudah hilang karena kebanyakan orang membaca di *gadget* mereka masing – masing. Apabila seseorang ingin mendapatkan ilmu lebih maka bisa menggunakan teknologi *augmented reality* sebagai jembatan untuk menambah ilmu dengan lebih baik.

b) *Weakness*

Keragaman budaya berpotensi memiliki beberapa kelemahan antara lain: (1) Perbedaan budaya; Kekurang pahaman dan komunikasi antar budaya yang terbatas menjadi pemicu konflik dengan latar belakang keragaman etnis, agama maupun ras. Bahkan keragaman digunakan oleh provokator sebagai sarana memancing persoalan. Proses hubungan antara suku-suku dan golongan yang berbeda memiliki potensi terpendam sumber-sumber konflik. Menurut Koentjaraningrat (1997:384) terdapat minimal 5 macam pemicu terjadinya konflik yaitu: (a) kalau warga dari dua suku bangsa masing-masing bersaing dalam mendapatkan lapangan mata pencaharian hidup yang sama. (b) kalau warga dari satu suku bangsa mencoba memaksakan unsur-unsur kebudayaannya kepada warga suku bangsa lainnya. (c) kalau warga dari satu suku bangsa memaksakan konsep-konsep agamanya terhadap warga dari suku bangsa lain. (d) kalau satu suku bangsa berusaha mendominasi suatu suku bangsa lain secara politis. (e) dalam hubungan antara suku-suku bangsa yang telah bermusuhan secara adat. (2) sebagai penghambat

dan memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dalam mengelola, mengatur dan mengurus sejumlah orang yang memiliki perbedaan adat istiadat, nilai kehidupan yang tertanam pada setiap kelompok masyarakat berbeda budaya dibandingkan dengan masyarakat yang seragam budayanya. Dampak yang seringkali timbul akibat perselisihan antar suku, dapat melemahkan ketahanan budaya nasional karena banyak terjadi kesalahpahaman tentang apa yang dimaknai dan dianut menurut nilai-nilai budaya yang berlaku. (3) sistem nilai budaya dan sikap yang hidup dalam alam pikiran sebagian anggota masyarakat yang dianggap penting dan berharga dalam kehidupannya. Nilai budaya berfungsi sebagai pengarah dan pendorong kelakuan manusia sehingga sifatnya abstrak, sedangkan sikap merupakan pendorong dari individu untuk bereaksi terhadap lingkungan. Istilah sistem nilai budaya dan sikap, sering disebut sikap mental.

Wayang merupakan kebudayaan yang sudah dimiliki bangsa Indonesia sejak 1500 SM, dan masih eksis sampai sekarang. Akan tetapi dalam kurun waktu 20 tahun sejak ditemukan perangkat elektronik atau *gadget* seakan kebudayaan wayang dibuang begitu saja karena mereka terlalu asik dengan *gadget* mereka. Salah satu penyebab minat untuk melestarikan kebudayaan semakin dilupakan karena kebudayaan khususnya kebudayaan wayang dianggap kuno dan tidak kekinian sehingga masyarakat terutama anak remaja

sekarang lebih memilih bermain *gadget*. Wayang harus dikolaborasikan dengan teknologi sehingga tidak ditinggalkan. Nenek moyang Indonesia bisa menjaga hingga seabad lebih apakah manusia modern tidak bisa menjaganya.

c) *Opportunities*

Keanekaragaman budaya Indonesia merupakan peluang sebagai berikut: (1) pemersatu di antara berbagai kelompok etnis dan suku yang dipersatukan karena pengalaman bersama pada masa lalu dalam menghadapi penjajah. (2) merupakan kekuatan agar bangsa yang majemuk tetap eksis. Untuk itu diperlukan komunikasi dan interaksi yang dapat membuat anggota masyarakat Indonesia saling bekerjasama dan memiliki pengertian yang benar terhadap unsur-unsur budaya yang berbeda. Sebagai alat komunikasi dan interaksi dibutuhkan bahasa guna perekat antar anggota masyarakat. Bahasa Indonesia menjadi peluang membangun dan mengembangkan budaya suku-suku yang beragam dalam kebersamaan dan persatuan. Penggunaan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi antar suku tidak bermaksud menghilangkan bahasa daerah, tetapi mempermudah seseorang mengenal dan merespon lingkungan sekitar dengan lebih baik, dan menimbulkan kesadaran sambung rasa secara terus menerus. Hal ini diharapkan dapat membangkitkan kembali etnik dan kebudayaan lokal bangsa Indonesia. Untuk itu diperlukan peran masyarakat dan khususnya generasi muda untuk melestarikan

kebudayaan lokal guna mewujudkan cita-cita bangsa yang luhur dan tetap menjaga keutuhan warisan nenek moyang. Hal ini pada akhirnya akan dilihat dan diakui oleh dunia internasional sebagai bangsa yang hidup dan tinggal di negara kepulauan dengan budaya yang khas. Diharapkan dapat menarik para wisatawan/ turis dari berbagai mancanegara untuk datang ke Indonesia sehingga meningkatkan devisa negara serta peluang alternatif bagi dunia usaha untuk menjaring tenaga kerja Indonesia.

Pemanfaatan teknologi *augmented reality* juga menjadi kesempatan untuk melestarikan kebudayaan wayang, dengan begitu remaja akan semakin meningkat. Pemanfaatan teknologi *augmented reality* juga bisa menjadi salah satu nilai jual kepada negara lain bahwa bangsa Indonesia memiliki kebudayaan yang menarik untuk dipelajari dan juga bisa menarik wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia.

d) *Treaths*

Tantangan yang timbul dan di hadapi bangsa Indonesia adalah dampak globalisasi di mana setiap kelompok manusia bersatu dengan latar belakang berbeda. Pengaruh kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat seiring dengan ekonomi global yang berasosiasi dengan ilmu pengetahuan, teknologi, industri dan perdagangan yang di satu sisi membawa kemajuan dan kemakmuran, namun pada sisi lain

mengakibatkan kesenjangan kehidupan seperti kemiskinan, ketertinggalan negara belum berkembang/ miskin dari negara maju.

Dibutuhkan usaha yang keras untuk semua elemen dalam meningkatkan budaya wayang yang sekarang mulai ditinggalkan. Jika mengabaikan ancaman dan terlalu santai di zona nyaman bukan tidak mungkin kebudayaan wayang tinggal kenangan dan yang lebih mengerikannya lagi adalah dicaploknya kebudayaan oleh negara lain.

2. Sintetis

Menghadapi era teknologi kebudayaan wayang harus bisa bertahan dan tetap dilestarikan. Wayang membutuhkan promosi yang lebih agar masyarakat khususnya remaja bisa tertarik sehingga mau mempelajari dan melestarikan budaya wayang. Promosi pun tidak boleh sembarangan karena promosi merupakan ujung tombak untuk menggaet remaja untuk lebih mengenal kebudayaan wayang. Bentuk produk dari pelestarian wayang yaitu dengan menggunakan media buku, karena buku masih menjadi media yang sesuai bagi remaja. Buku remaja berbeda dengan buku pada umumnya karena remaja memiliki pemikiran yang berbeda, perlu dibutuhkan desain yang mampu membuat remaja tertarik untuk membacanya.

Jika dengan buku pada umumnya remaja sudah tidak minat untuk membaca. Perlu adanya terobosan lain yang mampu untuk membuat remaja tertarik yaitu dengan pemanfaatan teknologi yang mampu bersaing, salah satunya yaitu dengan pemanfaatan teknologi *augmented reality*.

Pemilihan teknologi *augmented reality* sangat pas dimana karena menjadi teknologi yang sedang tren pada saat ini.



BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Wayang merupakan sumber dasar ide penciptaan karya Tugas Akhir Kekaryaannya, yang diharapkan dapat menjadi sebuah alat untuk meningkatkan pengetahuan remaja akan tradisi nenek moyang yang perlu dijaga dan dilestarikan. Pengambilan tokoh Pandawa dalam cerita “Ramayana”, karena banyaknya para remaja yang belum mengetahui riwayat maupun sejarah dari Pandawa, di samping itu tokoh Pandawa merupakan tokoh paling terkenal dari pada tokoh pewayangan lainnya. Hal ini menyiratkan bahwa tokoh terpopuler dalam sebuah pewayangan saja banyak yang belum mengetahuinya apalagi dengan tokoh – tokoh lainnya. Kesenian wayang tidak hanya butuh ide saja untuk melestarikannya, yang selama ini kebudayaan Indonesia kalah promosi yang gencar dilakukan oleh kebudayaan luar enah itu dari media cetak, televisi maupun dunia maya. Pikiran masyarakat terutama remaja sudah termasuk terlebih dahulu oleh kebudayaan yang mereka anggap lebih keren dan gaul dari pada budaya tradisional. Sehingga perlu adanya sebuah promosi yang sesuai dengan minat masyarakat terutama remaja, untuk bisa bertahan dari kebudayaan luar yang terus masuk.

2. Strategi Kreatif

Wayang memang sudah terlihat kuno dan sudah banyak orang yang semakin banyak yang meninggalkannya, maka kita sebagai penerus bangsa sudah sewajibnya untuk melestarikannya. Telah lama tahu bahwa kebanyakan buku tentang wayang merupakan buku yang diciptakan dengan visual dan gaya yang bisa dibilang kurang dalam segi pemanfaatan visual. Pemanfaatan teknologi di era *digital* sangatlah diperlukan untuk menciptakan buku yang dapat diminati oleh kalangan remaja zaman sekarang. Buku juga menjadi sebuah jembatan bagi seseorang untuk mendapatkan ilmu, sehingga buku harus diciptakan dengan menarik agar ilmu yang disajikan bisa tersampaikan dengan sempurna. Dukungan teknologi juga berperan aktif dalam pengembangan buku yang akan diciptakan, sehingga menambah nilai jual dan menjadi aspek lebih dalam menyajikan sebuah informasi, dengan begitu pembaca akan lebih mudah dalam menyerap sebuah informasi. Salah satu teknologi yang sekarang dalam tahap pengembangan dan juga bisa dibilang masih baru untuk kebanyakan orang, yaitu dengan memanfaatkan teknologi *augmented reality*.

3. Tujuan Media

Promosi sangat mempengaruhi sebuah produk diminati oleh konsumen atau tidak. Sehingga pemilihan bentuk promosi harus diperhatikan secara teliti. Bentuk promosi untuk mempromosikan sebuah buku sangatlah beragam, *booth* merupakan komponen utama untuk mempromosikan sebuah buku, terlebih pada saat pameran. *Booth* juga menjadi sarana yang cukup efisien untuk mempromosikan sebuah produk termasuk buku secara langsung

kepada konsumen, sehingga pihak produsen lebih dekat dan mengetahui secara langsung target kemampuan pasar dalam membeli produk. Promosi menarik menjadi nilai utama dalam penjualan, tetapi harus diimbangi dengan produk yang menarik juga. Demi menunjang promosi secara maksimal dibutuhkan produk yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk dalam promosi yang dibuat, yaitu salah satunya dengan buku. Sudah banyak produk buku wayang telah diterbitkan, tetapi minat remaja akan wayang masih jauh dari harapan. Dilihat dari banyaknya jenis produk untuk mengedukasi remaja akan wayang, buku menjadi salah satu produk yang paling sesuai dan juga dinilai lebih efisien dari pada produk lainnya. Banyak buku yang telah beredar maka perlu adanya inovasi lain untuk bisa menjadi daya tarik konsumen untuk membeli, dengan pemanfaatan teknologi yang sedang *booming* saat ini mungkin bisa menjawab pertanyaan tersebut. Salah satu teknologi yang sedang marak pada saat ini yaitu *augmented reality*.

Fenomena degradasi remaja terhadap budaya lokal harus ditanggapi dengan serius, banyak langkah dari masyarakat, organisasi hingga pemerintah untuk terus melestarikan kebudayaan lokal wayang, tapi tidak berbuah signifikan. Di era digital seperti saat ini, mutlak penggunaan teknologi digital harus dimanfaatkan untuk bisa membantu melestarikan budaya. Penggunaan teknologi *augmented reality* bisa menjadi jawaban akan pemanfaatan teknologi. Pemanfaat teknologi *augmented reality* bukan semata karena latak dengan ketenaran dari permainan *Pokemon Go*, *Invizimals*, *Live Coloring Book* yang sempat *booming* di tahun 2016. Pemanfaatan teknologi *augmented reality*

didasarkan pada tingkat efektifitas dari pengembangan dan pelestarian budaya tradisional itu sendiri, karena teknologi *augmented reality* terlihat kekinian untuk anak remaja serta dapat menyampaikan pesan atau informasi lebih dari pada hanya sekedar membaca buku. Teknologi *augmented reality* juga bisa menambah daya ingat pembaca karena pembaca akan disajikan dengan visual yang berbeda dengan dengan visual buku yang cenderung monoton.

4. Strategi Media

Penerapan sebuah teknologi ke dalam media berupa buku bukan perkara yang mudah karena ada beberapa hal yang harus diperhitungkan sehingga teknologi yang diterapkan bisa berjalan dengan maksimal. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan *brand* teknologi besar juga telah mengembangkan *software* maupun *hardware* yang mendukung teknologi *agumented reality* sehingga proses produksi hingga sampai ke klien dapat diciptakan secara relatif singkat dan mudah.

Beberapa hal yang diperhatikan dalam pembuatan sebuah *augmented resality* yaitu *software*, *marker* hingga model. Banyak *software* yang khusus diperuntukkan untuk pembuatan sebuah *augmented reality*. *Unity* merupakan salah satu *software* yang bisa digunakan untuk menciptakan sebuah *augmented reality*, selain itu fitur – fitur yang ada dalam *software Unity* juga menarik dan mudah digunakan serta *software* yang bisa terbilang ringan untuk dioperasikan. *Software Unity* juga menyediakan beberapa opsi untuk nantinya dijadikan *marker* yang nantinya akan menampilkan model atau objek yang

diinginkan. Banyak opsi yang bisa diciptakan sebagai *marker* salah satunya yaitu dengan menggunakan sebuah ilustrasi atau gambar.

Keunggulan *software Unity* juga mendukung *software* ketiga untuk meng *import* objek 3D yang nantinya akan ditampilkan didalam aplikasi *augmented reality*, sedangkan untuk *software* 3D nya akan menggunakan *software Blender* yang ringan untuk ukuran sebuah *software* 3D. Proses pembuatan model 3D harus memperhatikan banyaknya *polygon* dalam sebuah model karena nantinya akan mempengaruhi kinerja *hardware* berupa *smartphone* yang nantinya akan memproyeksikan dari model *augmented reality* itu sendiri.

5. Tujuan Promosi

Promosi merupakan tahap yang penting dalam memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk ke konsumen, tanpa adanya promosi yang memadai produk akan sulit bersaing dengan produk dari merek lain yang dulu memasarkan produknya. Tujuan lain dari promosi bukannya hanya memperkenalkan produk, *brand* ataupun perusahaan saja, promosi juga bisa digunakan untuk media *branding* dan *positioning*. Jenis dari promosi pun beragam menyesuaikan dengan tujuan dan keperluan *campaign* perusahaan, mulai dari periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), publisitas (*publisity*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). Kesemuanya jenis promosi tingkat efektifitasnya berbeda tergantung semenarik apa promosi itu dikemsa. Vitalnya promosi dalam menaikkan sebuah *image* serta meningkatkan penjualan maka dalam Buku Edukasi Pandawa ini, perlu

adanya media promosi yang bisa memperkenalkan dan juga mampu memikat para konsumen untuk membelinya. Produk yang belum diketahui dan masih baru sangat perlu promosi, sehingga jenis promosi yang sesuai yaitu dengan menggunakan promosi *below the line* dan *advertising* yang biayanya bisa ditekan. *Below the line* sendiri akan menggunakan media promosi berupa *booth* untuk tempat penjualan buku serta sekaligus menjadi publikasi dan iklan dari produk buku edukasi Pandawa. Media promosi *advertising* nantinya berupa video dan poster sekaligus nantinya diaplikasikan di *booth* sebagai penunjang promosi.

6. Strategi Promosi

Promosi sebuah buku sudah banyak lakukan oleh perusahaan yang besar hingga penulis pemula, bagi pemula dibutuhkan tenaga ekstra untuk mempromosikan produknya tidak terkecuali dengan Buku Edukasi Wayang dengan *Augmented Reality*. Pemanfaatan promosi harus dilakukan untuk memperkenalkan dan mempromosikan buku yang telah diproduksi, salah satunya dengan media promosi *booth* dan iklan video.

Booth sendiri memiliki artian atau makna sebagai tempat atau sarana bagi produsen atau peserta dalam satu pameran untuk memamerkan produk atau karyanya ke masyarakat luas atau calon konsumen. Adapun fungsi dari *booth* sendiri, kurang lebih sebagai berikut:

- a. Sebagai ajang mempromosikan suatu produk atau karya seni
- b. Membangun citra atau image dari produsen atau penyaji karya seni

c. Sebagai perwakilan dari suatu perusahaan

Barang – barang yang ada di *booth* juga tidak lepas dari bagian promosi yang biasanya berupa produk yang dipromosikan, katalog, brosur, iklan video dan masih banyak lagi menyesuaikan dengan kebutuhan. Penunjang lain yang tak kalah penting adalah pengiklanan produk berupa video yang dijadikan promosi di dunia maya serta bisa digunakan bersama di *booth* nantinya.

B. Eksplorasi Data Teknis

Pengembangan sebuah karya memerlukan sebuah eksplorasi data secara teknis sehingga didapatkan data yang akurat. Eksplorasi mencakup beberapa hal dasar dalam pembuatan buku *augmented reality* dengan tokoh Pandawa mulai dari survei, pencarian data secara *offline* maupun *online*. Banyak pertimbangan dalam tahap eksplorasi yang nantinya akan menjadi acuan ekperimentasi pembuatan buku *augmented reality* wayang Pandawa.

Tahap pertama eksplorasi data teknis adalah penentuan judul sendiri yang memiliki banyak pertimbangan, karena judul merupakan pintu gerbang audiens dalam menentukan membaca atau membeli buku *augmented reality*. Beberapa gagasan judul yang nantinya akan dijadikan judul buku *augmented reality* wayang Pandawa yaitu, “Buku *Augmented Reality* Wayang: Pandawa”, “Wayang *Augmented Reality*”, “*Augmented Reality* Wayang: *Gadhug 5*” dan “Mahabarata Rupa: *Gadhug 5*”. Pemilihan judul akhirnya jatuh pada “Mahabarata Rupa: *Gadhug 5*” karena lebih menarik dan menimbulkan rasa penasaran terhadap kata “*Gadhug 5*” yang memiliki arti tokoh lima yaitu Pandawa itu sendiri. Pemilihan judul yang

agak sedikit berbeda memang dipilih agar segmentasi yang disasar bisa sesuai target.

Penerapan terhadap aspek fisik juga diperlu diterapkan demi menunjang informasi yang akan disajikan. Aspek fisik meliputi beberapa hal seperti ukuran, bahan hingga halaman. Ukuran buku pada umumnya saat ini sangatlah beragam, akan tetapi kebanyakan penggunaan ukuran kertas seperti A4, *letter* maupun F4 lah yang banyak diterapkan di dunia percetakan selain mudahnya bahan juga ukuran tersebut sudah menjadi patokan umum bagi sebuah buku. Lain halnya dengan buku cerita yang tidak ada patokan umum yang membatasi, sehingga penerbit maupun desainer dapat leluasa dan berfikir kreatif dalam menciptakan buku cerita. Sama halnya dengan buku *augmented reality* dengan tokoh Pandawa juga akan memakai ukuran yang berbeda yaitu dengan ukuran lebar 25 cm dan tinggi 15 cm. Ukuran yang realit kecil karena tidak membutuhkan *space* yang besar untuk menampilkan sebuah gambar maupun tulisan, orientasi *landscape* mempermudah *layout* selain itu dengan bentuk yang memanjang sehingga akan terlihat sisi seni maupun dramatisir dari sebuah visual yang sama halnya diterapkan di dunia perfilman.

Bahan menjadi langkah selanjutnya setelah menentukan ukuran. Bahan kertas yang beraneka ragam dan juga memiliki karakteristik tersendiri harus disesuaikan dengan tema atau genre dari buku yang akan ditampilkan sehingga dari bahan tersebut dapat mendukung isi informasi maupun visual yang disajikan. Secara garis besar buku cerita menggunakan kertas HVS, *art paper*, *art cartoon* hingga *linen*. Keseluruhan kertas yang disebutkan *art paper* yang memiliki karakter

yang unik yaitu *glossy* dan terkesan mahal sehingga akan menjadi daya tarik pembaca untuk membaca hingga membelinya.

Penggunaan kertas *art paper* juga memiliki yang lain berupa ketebalan dari kertas *art paper*, sehingga estimasi halaman yang hanya lima belas halaman membuat buku terlihat lebih tebal. Halaman yang hanya berisi lima belas halaman membuat target audien tidak merasa bosan untuk membaca, karena konten maupun informssi yang disajikan dengan singkat, padat dan jelas.

Data:

- 1) Judul : Mahabarata Rupa: Pandawa
- 2) Ukuran : Panjang 25 cm x 20 cm
- 3) Bahan : *Art paper*
- 4) Halaman : 35 halaman
- 5) Target audien : Remaja umur 15 – 20 tahun

C. Eksperimen Studi Visual

1. Teknik Gambar

Teknik dalam pembuatan buku edukasi Pandawa ini keseluruhan menggunakan proses *digital*. Mulai dari sketsa, penebalan, pewarnaan sampai proses *layout* kedalam sebuah buku jadi. Hampir keseluruhan pengerjaan buku edukasi tokoh Pandawa menggunakan teknik *digital* terkecuali proses sketsa yang dilakukan secara manual. Pemanfaatan hampir keseluruhan dengan proses *digital* akan lebih memperingan dan mempercepat proses produksi buku edukasi Pandawa.

2. Gaya Gambar

Gaya gambar yang digunakan adalah non-realis, disesuaikan dengan *target audience*. Penggunaan gaya gambar ini juga dimaksudkan untuk menambah bobot ilustrasi dan imajinasi bagi pembaca itu sendiri. Cerita sejarah yang notabene berat akan lebih mudah diterima apabila menggunakan ilustrasi yang lebih ringan. Gaya gambar non-realis juga cocok digunakan pada buku edukasi Pandawa, karena memang lebih mementingkan efek transisi halaman daripada kerumitan gambar. Contohnya adalah gaya gambar pada komik yang berjudul “Garudayana” karya komikus Is Yuniarto



Gambar 35. Komik Garudayana Saga
Sumber: www.facebook.com/garudayana/?fref=ts

Pewarnaan yang akan diimplementasikan ke dalam buku edukasi Mahabarata Rupa mengikuti gaya pewarnaan secara *digital vector* dari komikus Faza Meonk dengan judul komiknya “Si Juki”. Ilustrasi dari tokoh yang akan diangkat yaitu tokoh Pandawa juga akan dibuat *chibi* dengan kesan lucu akan tetapi tetap terlihat seperti kasta kesatria, sesuai dengan survei yang

telah dilakukan. *Background* pun akan dibuat dengan melukis secara digital dengan ilustrasi kerajaan dari masing – masing kerajaan Pandawa, sehingga akan lebih memperkuat lagi ilustrasi pendukung dari tokoh Pandawa itu sendiri.



Gambar 36. Komik Si Juki
Sumber: www.sijuki.com

3. Sketsa

Proses sketsa merupakan tahap awal untuk membuat sebuah ilustrasi dan secara subjektif merupakan proses yang paling sulit dalam proses produksi dikarenakan butuh imajinasi yang kuat untuk membuat ilustrasi yang sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Banyak percobaan yang telah dibuat demi mencapai hasil yang maksimal. Banyak referensi yang digunakan untuk menciptakan ilustrasi karakter Pandawa versi *chibi* seperti karakter – karakter *chibi* dikomik Baratayudha serta karakter yang ada di *game Mobile Legend Chibi*. Referensi – referensi tadi menjadi acuan untuk membuat sketsa ilustrasi

dari tokoh Pandawa versi *chibi*, berikut adalah beberapa sketsa yang telah dibuat:

a) Sketsa Proporsi Lima Kepala

Awal pembuatan sketsa untuk karakter Pandawa menggunakan proporsi lima kepala. Menggunakan proporsi lima kepala memperlihatkan bahwa karakter terlihat remaja dan tinggi sehingga kurang sesuai dengan karakteristik dari sebuah ilustrasi *chibi*.



Gambar 37. Sketsa Proporsi Lima Kepala
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

b) Sketsa Proporsi Tiga Kepala

Melihat proporsi lima kepala terlalu remaja dan tidak terlihat seperti *chibi*, maka sketsa selanjutnya langsung menggunakan sketsa dengan proporsi tiga kepala. Proporsi tiga kepala memperlihatkan ilustrasi *chibi* yang sesuai sehingga sketsa karakter terlihat kekanak – kanakan, lucu dan menggemaskan. Proporsi dengan menggunakan

tiga kepala akan digunakan untuk patokan dalam membuat sketsa ilustrasi dari karakter Pandawa nantinya, sesuai dengan versi *chibi* yang dibuat dan dicontohkan oleh *crhistopher Hart*.

c) Sketsa Aksesoris



Gambar 38. Sketsa Proporsi Tiga Kepala
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

Aksesoris juga merupakan pendukung yang penting untuk karakter Pandawa, karena banyak sekali aksesoris yang dipakai mulai *gelung sumping*, *kotang*, *kelat bahu* sampai *jarik*. Semua aksesoris harus diselaraskan dengan masing masing karakter Pandawa, sehingga pendalam karakter dapat dirasakan.



Gambar 39. Sketsa *Gelung Sumping*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

4. Tipografi

Tentu saja *font* yang digunakan harus memiliki keterkaitan dengan isi, sehingga buku yang diciptakan akan serasi dan tidak menjadikan ambigu pada pembaca karena tidak cocoknya gaya tulisan dengan isi buku tersebut. Pemilihan *font* perlu juga memperhatikan aspek dalam tipografi seperti sifat, ukuran dan bentuk dari *font* itu sendiri. Banyak *font* dengan menggunakan tema Indonesia atau tepatnya yang berciri khas kan jawa, tapi tidak semua dapat diaplikasikan ke dalam Buku Edukasi Wayang dengan *Augmented Reality*. berikut beberapa *font* yang mewakili dan dapat diaplikasikan ke dalam *cover* buku edukasi wayang:

Bentuk *font cover* dan isi akan dibedakan, karena huruf yang ada di dalam atau isi harus memiliki nilai keterbacaan yang tinggi, sehingga pembaca akan lebih menikmati dalam membaca. Banyak *font* yang memiliki

nilai keterbacaan yang tinggi, seperti *Helvetica*, *Arial*, *Raleway* dan masih banyak lagi.

Buku Edukasi Wayang Pandawa

BUKU EDUKASI WAYANG PANDAWA

Buku Edukasi Wayang Pandawa

Buku Edukasi Wayang Pandawa

Buku Edukasi Wayang Pandawa

Gambar 40. Contoh *Font*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

5. Pewarnaan

Pewarnaan sendiri dilakukan dengan proses digital dan menggunakan warna yang berwarna untuk menampilkan kesan ceria, semangat, *friendly* dan menyesuaikan tema karakter yaitu chibi yang terkesan imut. Warna untuk *background* berlawanan dengan warna karakter sendiri yaitu dengan penambahan layer putih dikarenakan adanya *background* kerajaan dari masing – masing karakter Pandawa, sehingga nantinya akan menampilkan warna yang lebih *soft* agar tidak *contras* dengan warna karakter yang sudah berwarna.

Software yang digunakan untuk pewarnaan sendiri untuk *background* menggunakan *Adobe Photoshop* dan untuk pewarnaan dan ilustrasi karakter sendiri menggunakan *Software CorelDraw*. Adapun

pewarnaan dari karakter 3D Pandawa akan menggunakan *software* blender dan disamakan dengan warna karakter 2D yaitu berupa warna yang cerah.

6. Tokoh Pandawa

Sebagian masyarakat sudah mengetahui tokoh –tokoh pewayangan Pandawa. Segi bahasa pandawa sudah mencirikan tentang tokoh pandawa itu sendiri. Kata Pandawa sendiri merupakan istilah dalam bahasa Sansekerta, yang secara harfiah berarti anak Pandu yaitu salah satu Raja Hastinapuradalam wiracarita Mahabarata. Buku Edukasi Wayang Pandawa dengan *Augmented Reality* menampilkan kelima tokoh Pandawa, adapun tokoh Pandawa ini adalah sebagai berikut:

a) Yudhistira

Nama lain : Puntadewa, Bharata, Ajatasatru, Dharmaraja, Kurunandana
dan lain - lain

Asal : Hastinapura, Kerajaan Kuru

Watak : Sabar, setia dan mencintai sesama, jujur dan adil

Kasta : Kesatria

Senjata : Tombak

Ayah : Prabu Pandu

Ibu : Kunti

Istri : Dropadi, Dewika

Anak : Pratiwindya, Yodeya

b) Bima

Nama lain : Werkodara, Bimasena, Bayusuta, Bratasena, Blawa

Asal : Hastinapura, Kerajaan Kuru
 Watak : Gagah, berani, teguh, kuat, tabah, patuh, lugu dan jujur
 Kasta : Kesatria
 Senjata : Gada
 Ayah : Bayu (*De Facto*), Pandu (sah)
 Ibu : Kunti
 Istri : Dropadi, Hidimbi, Walandra
 Anak : Gatotkaca, Sutasoma, Sarwaga, Antareja, Antasena

c) Arjuna

Nama lain : Permadi, Parta, Dananjaya, Parantapa, Kauntera, Palguna,
 Jisnu, Kerti, Bharatasreta, Sawyasachi, Swetawahana,
 Wrehatnala dan lain – lain
 Asal : Hastinapura, Kerajaan Kuru
 Watak : Cerdik, pandai, pendiam, teliti, sopan – santun, berani dan
 suka melindungi yang lemah
 Kasta : Kesatria
 Senjata : Panah Pasopati, Brahmastra, Busur Gandiwa, Panah
 Ardedali, Keris Pulanggeni
 Ayah : Indra (*De Facto*), Pandu (Sah)
 Ibu : Kunti
 Istri : Dropadi, Ulupi, Citranggada, Subadra dan lain – lain
 Anak : Srutakirti, Irawan, Abimanyu, Babruwahana

d) Nakula

Nama lain : Madreya, Grantika, Damagranti, Aswisuta

Asal : Hastinapura, Kerajaan Kuru

Watak : Jujur, setia, taat, belas kasih, tahu membalas guna dan dapat menyimpan rahasia

Kasta : Kesatria

Senjata : Pedang

Ayah : Aswin (*De Facto*), Pandu (Sah)

Ibu : Madri

Istri : Dropadi, Karenumati, Sayati, Srengganawati

e) Sadewa

Nama lain : Tantipala

Asal : Hastinapura, Kerajaan Kuru

Watak : Jujur, setia, taat, belas kasih, tahu membalas guna dan dapat menyimpan rahasia

Kasta : Kesatria

Senjata : Pedang

Ayah : Aswin (*De Facto*), Pandu (Sah)

Ibu : Madri

Istri : Dropadi, Wijaya

Anak : Srutakama, Suhotra

7. Layout

Layout yang menjadi referensi visual dari Buku Edukasi Pandawa adalah “*Ensueños Book*” buku yang diterbitkan oleh Random House Mondadori. Buku cerita ini memiliki susunan panel yang pas untuk sebuah buku tentang menjelaskan sebuah objek karena dengan satu muka *full* ilustrasi, akan tetapi salah satu halamannya diberikan penjelasan tentang objek yang ditampilkan. *Layout* juga diperhatikan pada aspek pengambilan sudut gambar. Ilustrasi yang diberikan juga memperlihatkan sisi dramatisir yang membuat pembaca betah untuk membaca dan membuka halaman demi halaman.



Gambar 41. *Layout Ensueños Book*

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/6786939/ENSUENOS-BOOK>
(2013)

8. User Interface

Penempatan dan posisi *layout user interface* dari sebuah aplikasi yang baik dapat memberikan kenyamanan bagi pengguna. Penerapan *user interface* yang aplikasi *augmented reality* biasanya dengan konsep yang simple karena nantinya kamera *gadget* akan bekerja secara *fullscreen* sehingga panel ataupun

tombol dibuat sesederhana mungkin supaya ruang *output* kamera pada layar tidak terhalang. Banyak aplikasi *augmented reality* yang sudah menerapkan konsep *simple* seperti aplikasi asli dari Indonesia yaitu *Octagon*, walaupun mengusung konsep sederhana akan tetapi fitur yang dihadirkan sangat intuitif dan menarik pengguna untuk menggunakannya.



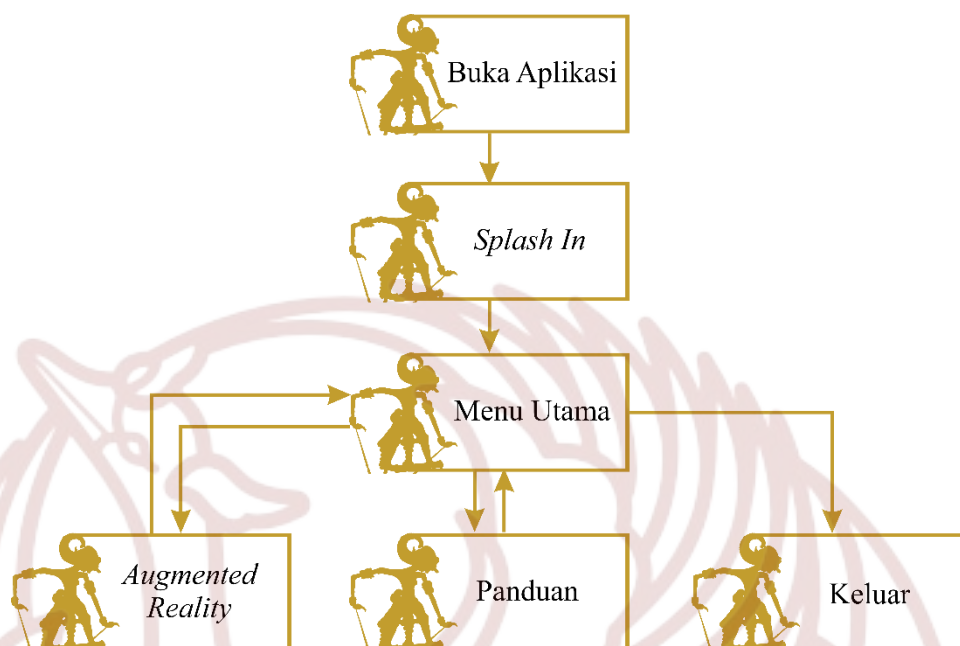
Gambar 42. User Interface Octagon
Sumber: www.octagon-studio.com, 2017

Elemen – elemen yang ada diaplikasi *augmented relality* juga dibuat sederhana dan mudah untuk digunakan walaupun pengguna awampun. Adapun elemen- elemen yang ada pada aplikasi Buku Mabarata Rupa: *Gadhug 5* sebagai berikut:

Tabel 4. Elemen Aplikasi *Augmented Reality*

Elemen	Fungsi
<i>Augmented reality</i>	Teknologi dasar yang digunakan pada aplikasi
Teks	Digunakan untuk menampilkan informasi objek seperti riwayat tokoh dalam bentuk teks
Gambar	Digunakan untuk fasilitas <i>screenshoot</i>
<i>Marker</i>	Digunakan untuk penanda supaya objek 3D bisa ditampilkan
<i>Main Menu</i>	Menu utama aplikasi
Tutorial	Berisi informasi cara penggunaan
<i>Augmented Reality</i>	<i>Scene</i> untuk membuka kamera dan menampilkan objek 3D
Keluar	Menu untuk menutup aplikasi
Slide Show	Menampilkan informasi dari objek 3D
Virtual Button	Digunakan sbagai interaktif antara <i>user</i> dengan aplikasi

Flow chart yang akan diimplementasikan kedalam aplikasi Buku Mahabarata Rupa: *Gadhug 5* dibuat secara sederhana sehingga memudahkan pengguna yang masih awam dalam pemanfaatan teknologi *augmented reality*. Adapun *flow chart* yang digunakan sebagai berikut:



Tabel 5. *Flow Chart* Aplikasi *Augmented Reality*

Aplikasi yang dibuat nantinya juga akan memperhatikan beberapa aspek desain sebagai penunjang minat pembaca untuk menggunakan aplikasi. Adapun beberapa aspek yang masuk dalam tahap desain sebagai berikut.

a) *Icon*

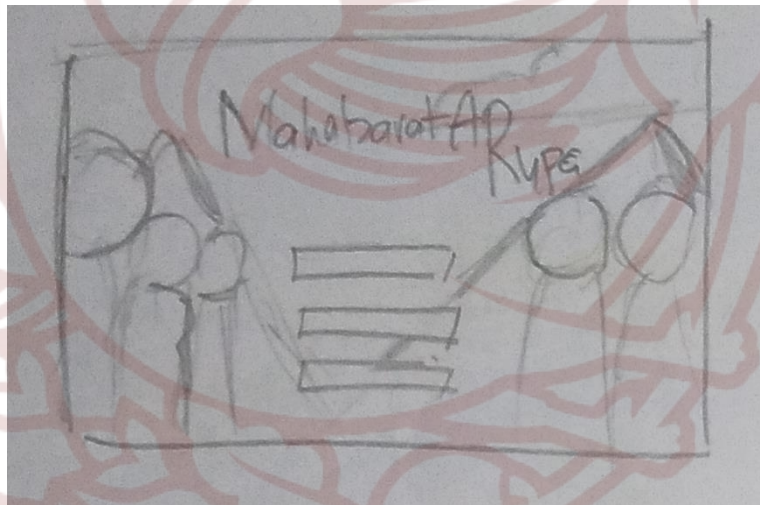
Permulaan sebuah aplikasi berawal dari sebuah tombol *icon*, dari situ juga memperlihatkan semenarik apakah aplikasi yang ada di dalamnya. Desain *icon* yang pertama memperlihatkan semua tokoh Pandawa, desain kedua salah satu karakter yang sedang *pose* adegan bertarung untuk menunjukkan sisi *epic* dari karakter. Desain ketiga memperlihatkan kepala utuh dari salah satu karakter, bagian anggota kepala ada yang dilebihkan dari *outline* untuk menghilangkan kesan monoton dan supaya terlihat dinamis.



Gambar 43. Rancangan Desain *Icon*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

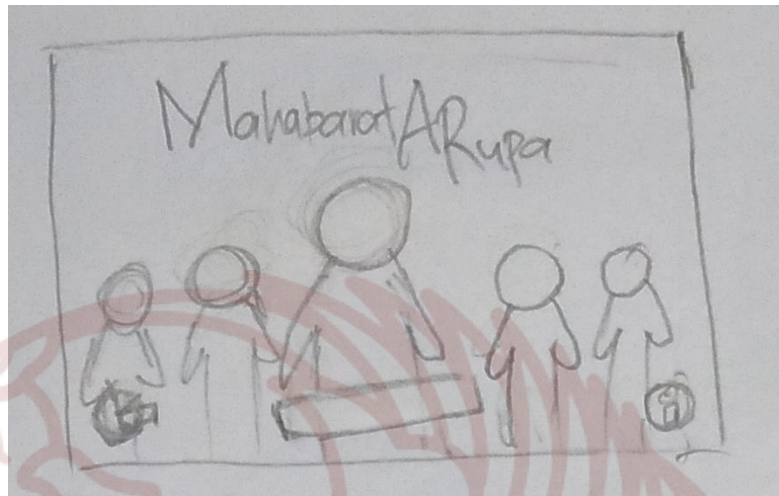
b) Menu Utama

Halaman awal dari sebuah aplikasi haruslah tertata rapi dan fungsional. Desain pertama simetris memperlihatkan kesemua tokoh Pandawa tetapi terpisahkan menjadi dua bagian oleh tombol – tombol.



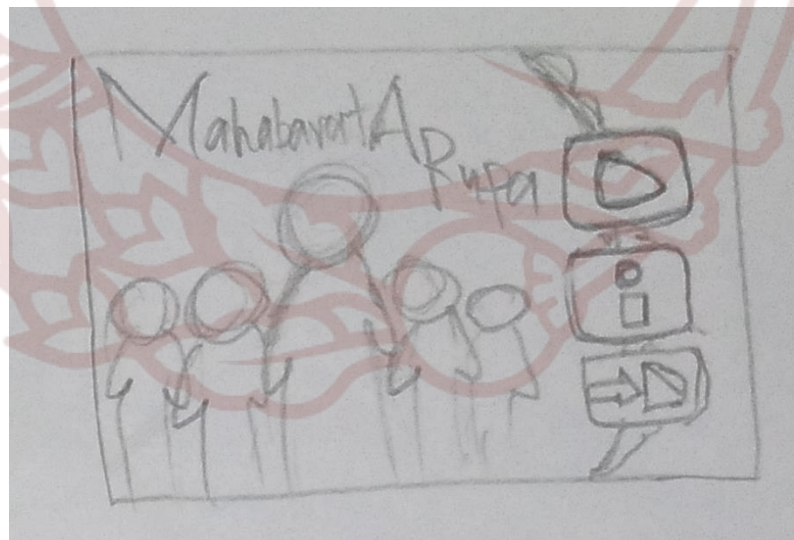
Gambar 44. Desain Menu Utama 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Desain kedua masih dengan *layout* simetris tetapi karakter berkumpul di tengah, sedangkan untuk tombol diletakkan horizontal di bagian bawah karakter.



Gambar 46. Desain Menu Utama 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

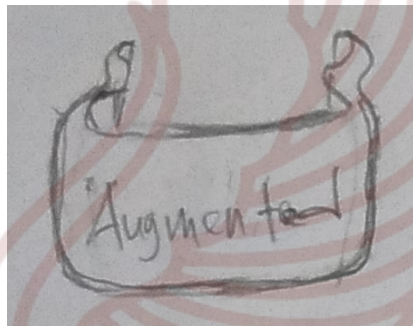
Desain ketiga posisi tombol diletakkan di samping kanan dengan komposisi *Rule Of Third*, sedangkan untuk karakter diletakkan di sebelah kiri *layout*. Semua desain menu utama, judul diletakkan diatas tokoh dan *background* nya *landscape* gunung.



Gambar 45. Desain Menu Utama 3
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) Tombol

Kegunaan tombol seyogyanya mudah dimengerti dan terlihat oleh pengguna, jangan sampai visual *background* dan karakter menarik tetapi jika tombol tidak terlihat maka perlu diperbaiki dari segi visual dan *layout*. Desain pertama mengambil dari gulungan tua yang menggambarkan kuno serta peletakkan tulisan berada di tengah kertas.



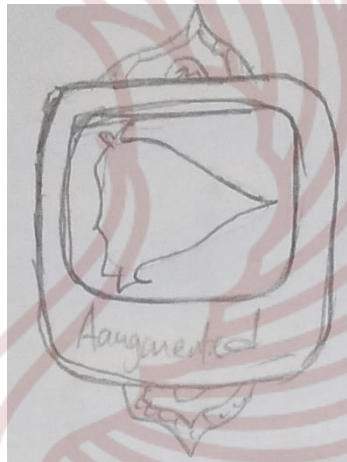
Gambar 47. Rancangan Tombol 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Motif batik dijadikan sumber desain tombol yang kedua, serta diberikan dua kotak dengan sudut melengkung untuk dijadikan *frame* dari tombol.



Gambar 48. Rancangan Desain Tombol 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Desain ketiga memiliki bentuk yang lebih membulat dengan pendekatan ke arah *chibi*, dengan bentuk dasar kotak dengan sisi garis dan ujung yang melengkung. Tombol selain terdapat tulisan dari fungsi tombol juga disertai dengan *icon* untuk memperjelas fungsi tombol.



Gambar 49. Rancangan Desain Tombol 3
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

9. 3 Dimensi

Teknologi *augmented reality* sangat erat kaitannya dengan 3 dimensi yang nantinya akan menjadi objek yang ditampilkan dalam sebuah aplikasi. Biasanya penggunaan karakter untuk aplikasi *smartphone* dibuat simple dan tekstur maupun *mapping* dibuat sesederhana mungkin karena spesifikasi dari *smartphone* itu sendiri. Referensi tekstur dan *mapping* yang digunakan dari karakter yang ada di dalam serial animasi “Adit & Sopo Jarwo”. Serial animasi yang akrab disebut “Sopo Jarwo” menggunakan tekstur dan *mapping* yang sederhana tetapi tetap terlihat bagus dari segi visualnya.



Gambar 50. Serial Animasi "Adit & Sopo Jarwo"
Sumber: www.mdanimation.co/ (2016)

Objek 3D yang akan dibuat terdiri dari karakter wayang Pandawa, senjata dan juga *environment*. Semua objek 3D nanti akan digunakan pada aplikasi *augmented reality*, untuk karakter wayang Pandawa akan ada sedikit animasi atau gerakan berupa gerakan *idle* dan *action*. Gerakan *idle* nantinya gerakan siap, sedangkan untuk gerakan *action* adalah gerakan dari karakter menggunakan senjatanya masing – masing yang terdiri dari dua gerakan yang berbeda dan juga menggunakan senjata berbeda. Berikut adalah rancangan sketsa 3D dari wayang kulit Pandawa:

10. Media Promosi Pameran

a) *Booth*

Di era zaman sekarang yang menuntut semua serba kreatif maka pada Buku Edukasi Mahabarata Rupa: Pandawa ini media promosi yang digunakan yaitu berupa *puppet booth* tradisional yang biasa digunakan untuk pagelaran wayang kulit, akan tetapi dibuat lebih kecil dan lebih tinggi seperti pada umumnya lengkap dengan kain

penutup panggungnya. Material sendiri untuk membuat sebuah *booth* sangatlah beraneka ragam mulai dari kayu, besi, PVC, *particle board*, plastik dan masih banyak lagi. Penggunaan PVC dan *particle board* mungkin bisa menjadi material yang tepat karena selain murah tapi juga ringan dan lebih tampak modern, untuk menambahkan aksen tradisional *particle board* dapat dilapisi dengan pelapis bermotif kayu, dan mungkin beberapa ornament akan menggunakan kayu.



Gambar 51. Panggung Wayang Golek
Sumber: <http://kratonpedia.com/article-detail/2012/10/4/308/Wayang.%3A.Bertutur.dalam.Indahn%3A.Simbol.html>

Pengkombinasian *booth* yang akan dibuat, berupa mengambil unsur yang ada pada pementasan wayang kulit dan juga dikombinasikan dengan permainan *arcade game*. Bentuk dasar *booth* lebih mengarah pada bentuk dasar *arcade game*, sedangkan untuk

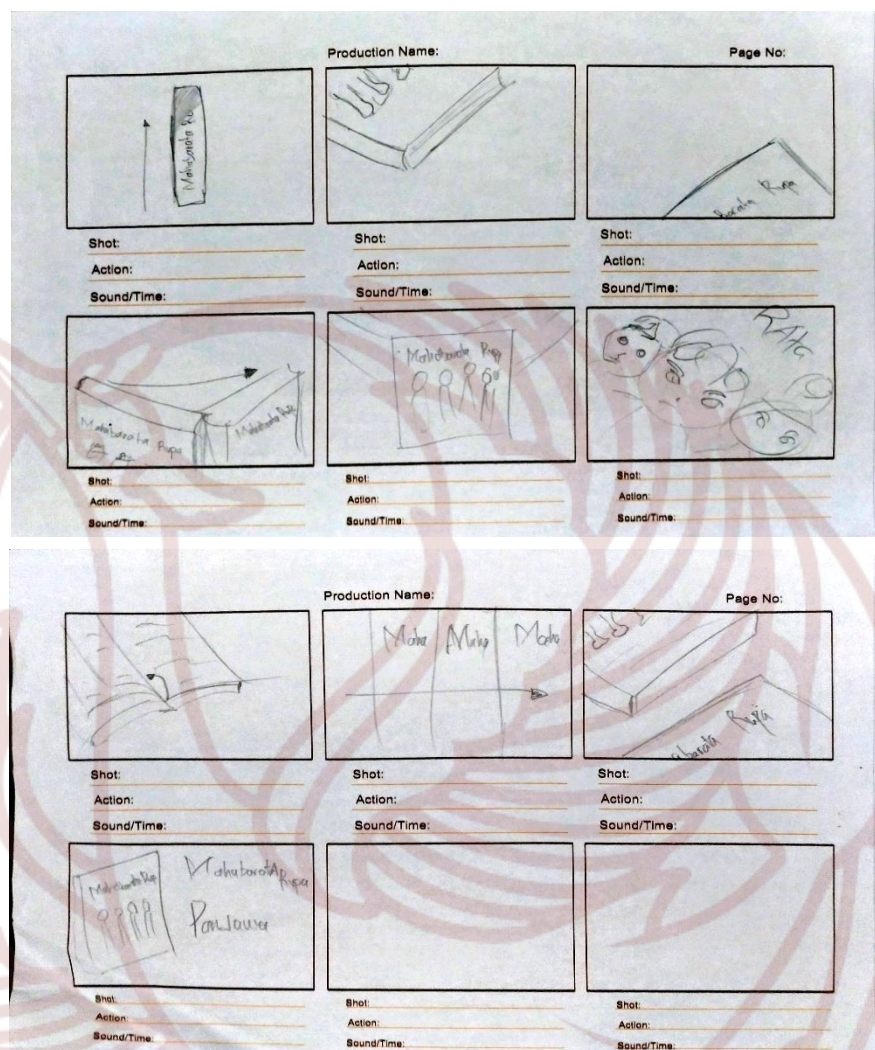
ukiran dan ornamen yang ada pada *booth* nantinya akan mengambil dari pagelaran wayang kulit.



Gambar 52. Contoh Puppet Booth
Sumber: m.ebay.com/ (2016)

b) *Video Ad*

Video ad yang diciptakan nantinya akan menjadi media yang akan di *upload* ke sosial media. Iklan *video* yang di *upload* ke sosial media sangat tepat untuk memperkenalkan produk secara gratis dan masif, sehingga khalayak luas dapat mengetahui informasi tentang produk. *Video ad* yang diciptakan tidak kompleks dalam pergerakan dan *software* yang kan digunakan *Blender* dan *After Effect*. Iklan berdurasi kurang dari satu menit, pemilihan durasi satu menit dirasa cukup untuk mempresentasikan sebuah produk dan juga dengan waktu satu iklan dapat di *upload* ke berbagai macam sosial media. karena Adapun *storyboard* yang telah dibuat sebagai berikut.



Gambar 53. Rancangan *Storyboard*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) Poster

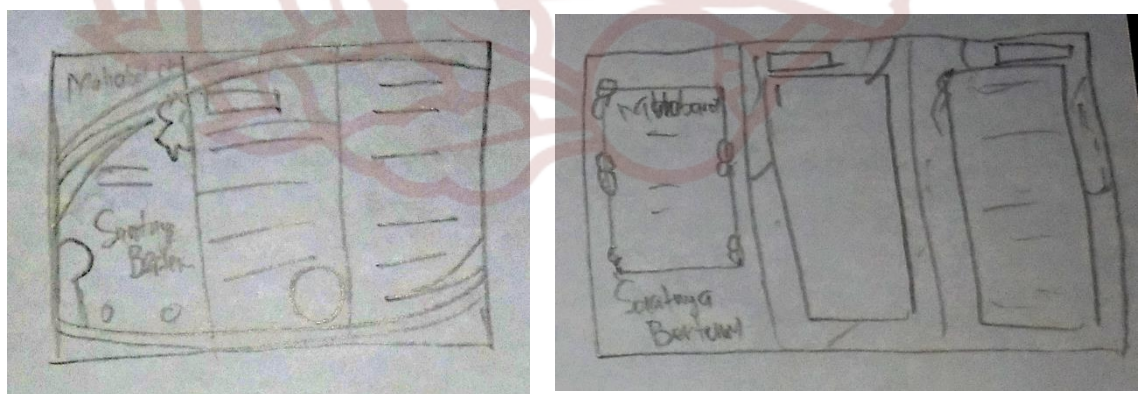
Iklan promosi poster akan diaplikasikan dalam dua media yaitu media cetak dan digital. Poster media cetak nantinya bisa diaplikasin disemua media cetak, seperti majalah maupun koran. Secara garis besar poster dapat menyasar hampir keseluruhan media, sehingga diharapkan banyak audien yang mengetahui tentang informasi yang disampaikan.



Gambar 54. Rancangan Desain Poster
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

d) *Leaflet*

Fungsi dari *leaflet* sendiri hampir sama dengan poster tetapi *leaflet* khusus untuk media cetak. Isi dari *leaflet* pun lebih rinci yang berisikan tentang runtutan proses dari pembuatan buku edukasi Mahabharata Rupa. *Layout leaflet* menggunakan tiga lipatan yang lebih praktis dalam membuka atau menutup *leaflet* itu sendiri, selain itu *layout* tiga lipatan terlihat lebih ringkas dan mudah untuk memberikan isian di dalamnya. Garis besar dari desain juga akan disesuaikan dengan desain poster.



Gambar 55. Rancangan Desain *Leaflet*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

e) *X Banner*

Kegunaan dari *x banner* sebagai media untuk memberikan informasi sederhana dan dasar untuk sebuah produk. Biaya pembuatan sebuah *x banner* juga terbilang murah dibandingkan media promosi lain yang berukuran sama. Kelebihan lainnya adalah sifatnya yang menonjol atau mudah terlihat karena biasanya diletakkan di depan sehingga efektif untuk menarik minat pengunjung. *X banner* akan dibuat dua buah, yang satu untuk menjelaskan secara sederhana buku edukasi Mahabarata Rupa dan yang satunya lagi akan menampilkan ilustrasi karakter tokoh Pandawa tetapi karakter akan dibuat lebih besar dari *outline x banner* sehingga memperlihatkan efek dramalisasi.

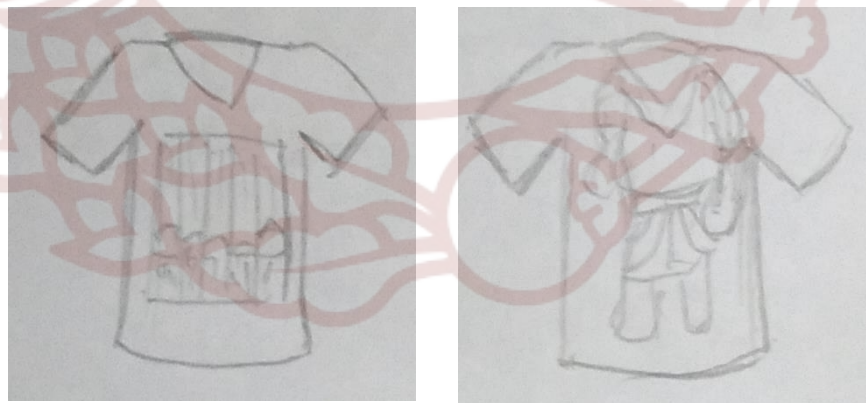


Gambar 56. Rancangan *X Banner*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

11. Media Pendukung Promosi

a) Kaos

Kaos akan menjadi media pendukung promosi utama. Utama karena kaos bisa menjadi identitas yang kuat bagi sebuah prosuk, ketika seseorang memakainya dan berjalan di tempat umum, secara tidak langsung orang lain akan membaca produk tersebut. Kaos juga masih menjadi idola untuk dijadikan *merchandise* karena memang masih memiliki daya tarik dan kebanggaan tersendiri ketika seseorang menggunakan kaso dengan gambar atau tulisan dari produk yang mereka sukai. Desain kaos untuk prosuk buku edukasi Mahabarata Rupa mengambil dari layout yang ada pada buku. Desain alternatif lainnya yaitu karakter ilustrasi tokoh padawa diletakkan dibaha kerang dengan menghilangkan kepala dari si karakter sehigga terlihat kepala si pemakai lah yang menjadi kepala dari karakternya.



Gambar 57. Rancangan Desain Kaos
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

b) Mug

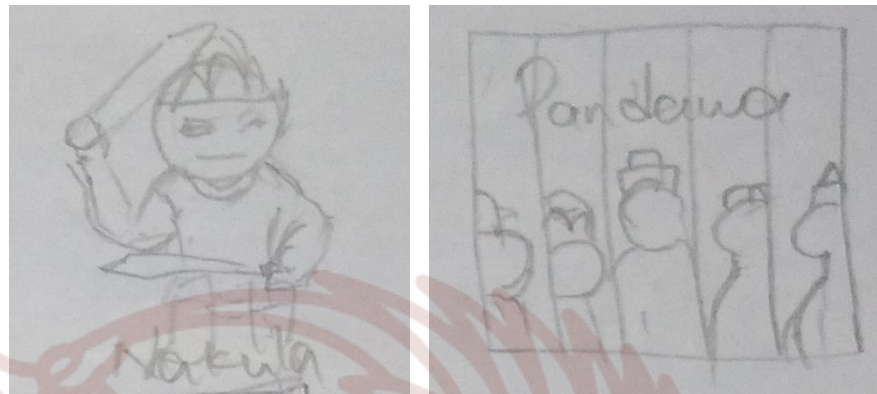
Media pendukung lainnya yaitu mug, desainnya pun dibuat *simple* dan terdapat kata yang mengkiaskan dari karakter Pandawa. Desain kedua hanya mengambil desain ilustrasi kepala dari karakter Pandawa yang telah dibuat.



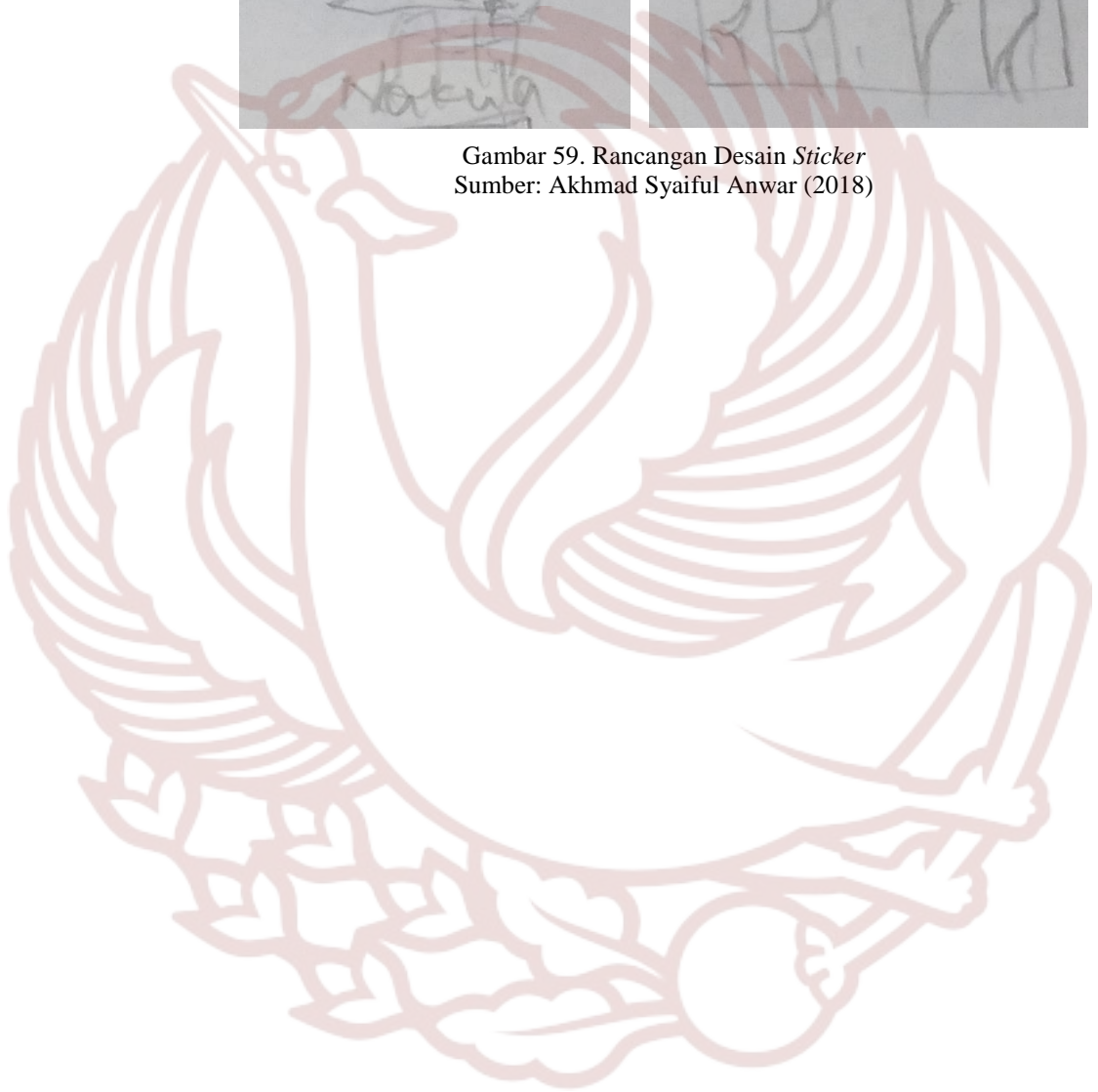
Gambar 58. Rancangan Desain Mug
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) Sticker

Sticker dapat dijumpai dengan mudah di sebuah pameran karena memang dalam pembuatan yang terbilang murah dan juga efisien untuk menarik perhatian. Desain *sticker* dibuat secara sederhana dengan menampilkan ilustrasi karakter tokoh Pandawa dan juga beberapa *layout* yang ada di buku edukasi Mahabarata rupa.



Gambar 59. Rancangan Desain *Sticker*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)



BAB IV

PENCIPTAAN KARYA

A. Desain Visual

Tahap penciptaan desain visual dalam buku Mahabarat Rupa *Gadhug 5* meliputi desain karakter pose *idle*, *action*, adegan cerita, senjata hingga *layout*. Semua gaya visual yang diciptakan disesuaikan dengan hasil penelitian dan memperhatikan referensi ciri yang terdeskripsi dalam sejarah.

1. Desain Karakter

Desain karakter yang diciptakan terlebih dahulu diseleksi dari beberapa sketsa desain hingga akhirnya terpilih dengan menyesuaikan konsep yang telah ditentukan. Desain karakter terbagi menjadi beberapa mulai pose *idle*, *action* dan adegan cerita yang semua saling menguatkan dalam pemahaman maupun penggambaran karakter. Proses desain karakter diawali sketsa, *line art*, hingga *coloring*. Desain karakter pose *idle* dan *action* nantinya juga berfungsi menjadi *marker* untuk menampilkan *augmented reality* dari masing – masing karakter Pandawa.

Pemilihan proporsi karakter juga diperhitungkan demi terciptanya karakter yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Tahap sketsa karakter awal dengan menggunakan proporsi lima, empat dan tiga kepala.



Gambar 60. (Kiri) Proporsi lima kepala, (tengah) proporsi empat kepala, (kanan) proporsi Tiga Kepala

Sumber: Akhmad Syaiful Anwar, 2017

Hasil sketsa yang telah dibuat, karakter dengan proporsi lima kepala terlihat lebih dewasa dan tidak terlalu kearah gaya *chibi*, sedangkan karakter yang menggunakan proporsi empat kepala masih terlihat kurang sesuai dengan gaya *chibi*. Percobaan selanjutnya menggunakan proporsi tiga kepala, dengan proporsi tiga kepala karakter sudah sesuai gaya *chibi*, sehingga karakter yang dibuat adalah dengan proporsi tiga kepala.

Proses setelah sketsa yaitu digitalisasi dari hasil sketsa atau biasa disebut dengan *line art* yang kemudian dilanjutkan proses *coloring*. Proses digitalisasi menggunakan *software Adobe Photoshop* pemilihan *Adobe Photoshop* karena proses yang dibutuhkan adalah pengolahan foto atau gambar yang memang spesifikasi *software Adobe Photoshop* adalah pengolahan *raster*, sebagian besar *tool* yang digunakan yaitu *pencil tool*. Karakter - karakter yang diciptakan antara lain:

a) Yudhistira

1) Konsep

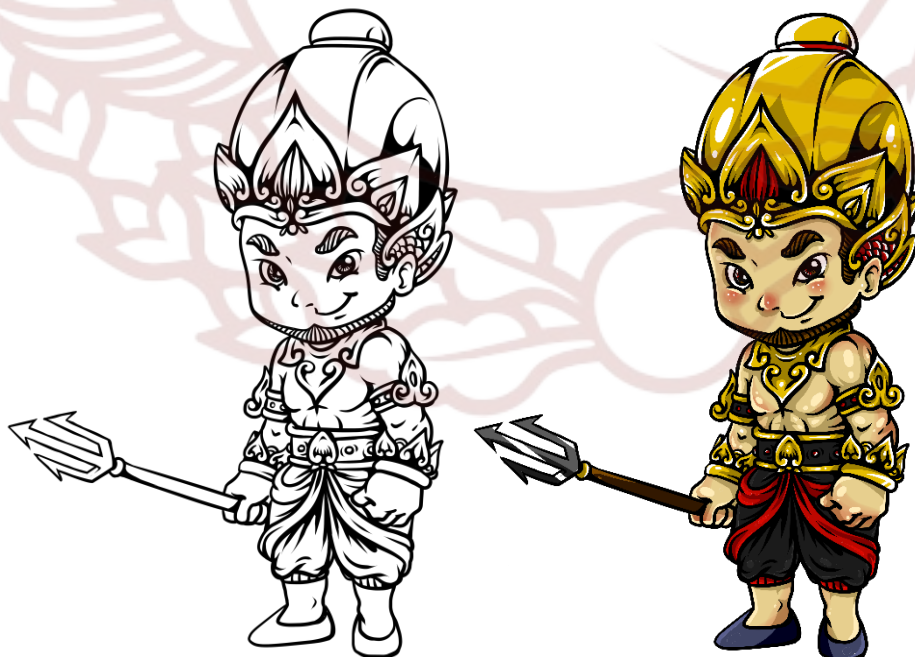
Tokoh Yudhistira merupakan anak pertama dari Raja Pandu yang bijaksana dan memiliki hati yaang besar. Benntuk pakaian yang dibuat lebih keemasan agar terlihat seorang bangsawan karena nantinya Yudhistira akan menjadi raja. Aksen merah diberikan untuk menciptakan kesan bangsawan.

2) Ciri

Mengenakan pakain dengan aksen warna merah, wajah ceria tapi tetap memeperlihatkan kedewasaan, membawa tombak, perhiasan keemasan.

3) Sifat

bijaksana, tidak memiliki musuh, dan selalu berkata jujur.



Gambar 61. Yudhistira Pose Action
Sumbe: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 4) Yudhistira memiliki sifat yang lemah lembut, tidak suka berkelahi atau berperang, bahkan dicerita pewayangan Yudhistira tidak memiliki musuh, sehingga untuk pose *action* diciptakan dengan pose yang tidak memperlihatkan agresifitas, posenya hanya memamerkan tombaknya saja.



Gambar 62. Yudhistira Pose *Action*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

b) Bima

1) Konsep

Bima memiliki postur yang tinggi, tegap dan kekar. Pakaian yang dikenakan didominasi warna coklat dan abu - abu yang melabangkan kuat, keras dan kokoh. Aksesorisnya pun dibuat sederhana tapi tetap memperlihatkan kasaktian atau kekuatan dari Bima.

2) Ciri

Gelung dibuat menyerupai batu agar terkesan keras, berbadan tinggi, besar, kekar, memakai aksesoris menyerupai tali dan membawa gada.

3) Sifat

Kuat, baik hati, tegas, gagah, berani



Gambar 63. Bima Pose *Idle*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 4) Kemahiran Bima dalam memainkan senjata gadanya tidak perlu dipertanyakan lagi. Setiap kali Bima mengalahkan musuhnya sebagian besar menggunakan gadanya, sehingga pada pose *action* Bima diilustrasikan sedang memukul dengan gadanya.



Gambar 65. Bima Pose Action
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 5) Pose adegan Bima mengambil latar belakang ketika Bima mengalahkan raksasa bernama



Gambar 64. Adegan Bima Mengalahkan Raksasa
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

c) Arjuna

1) Konsep

Warna dominan pada karakter Arjuna hijau dan biru, aksesoris pun dibuat lebih banyak untuk memperlihatkan kesan bangsawan dan ketampanan, postur agak ramping sesuai dengan aslinya.

2) Ciri

Baju didominasi warna biru dan hijau, membawa busur serta anak panah, badan ramping.

3) Sifat

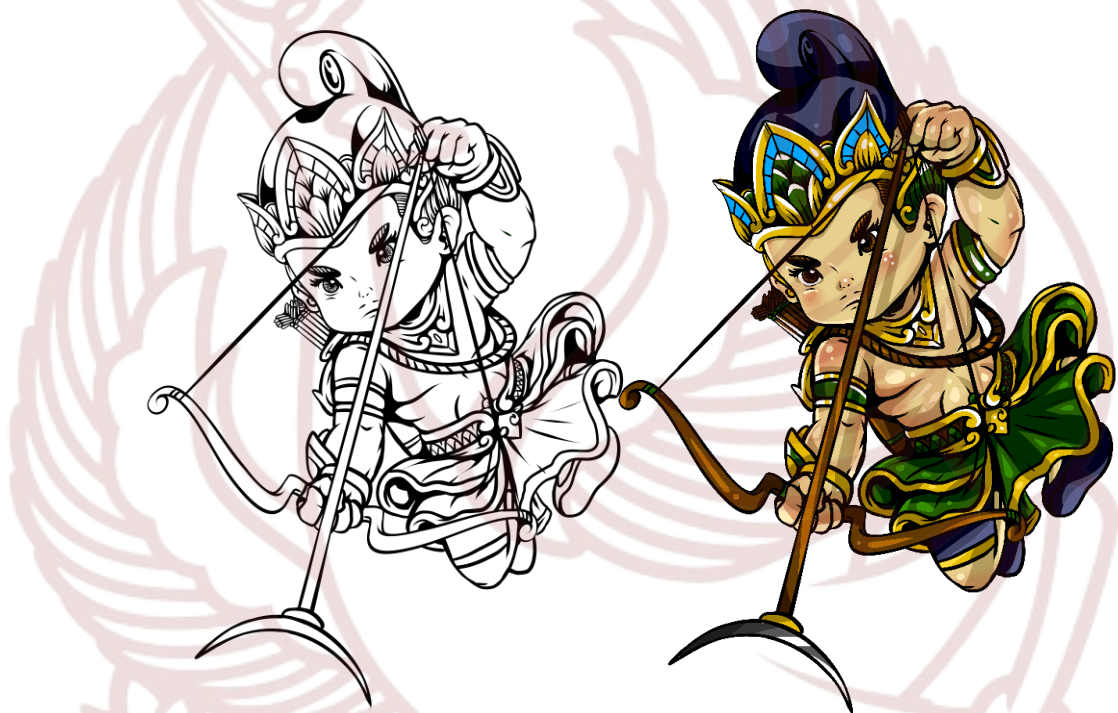
Gesit, cerdas, baik hati



Gambar 66. Arjuna Pose *Idle*
Sumber: AKhmad Syaiful Anwar (2017)

- #### 4) Senjata utama Arjuna adalah panah, keahlian memananya pun tidak hanya saat berdiri saja, Arjuna mampu memanaha saat

sedang berkuda hingga melompat sekalipun, anak panah yang dimiliki beranekaragam pemberian dari Dewa. Pose *action* Arjuna tidak jauh dari keahlian memanahnya saat sedang melompat di udara untuk memperlihatkan salah satu keahliannya dalam memanah.



Gambar 67. Arjuna Pose Action
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 5) *Pose* adegan cerita diambil ketika Arjuna sedang mengikuti lomba memanah. Barang siapa yang memenangkan lomba akan mendapatkan hadiah memperistri putri raja bernama Dropadi.



Gambar 68. Arjuna mengikuti lomba memanah
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

d) Nakula

1) Konsep

Mempunyai sifat yang cerdas, aksesoris tidak berlebihan, warna didominasi dengan warna coklat melambangkan kesederhanaan.

2) Ciri

Gelung yang berbentuk bulat, aksesoris sederhana, baju berwarna coklat, membawa pedang ganda.

3) Sifat

Cakap, baik hati, pemikir, lincah



Gambar 70. Nakula Pose *Idle*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 4) Pose *action* Nakula berupa sedang memainkan kedua pedangnya.

Sifat karakter Pandawa salah satunya adalah lemah lembut, maka untuk pose *action* Nakula tidak memperlihatkan sedang menebas akan tetapi gerakan pertahanan diri.



Gambar 69. Nakula Pose *Action*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

e) Sadewa

1) Konsep

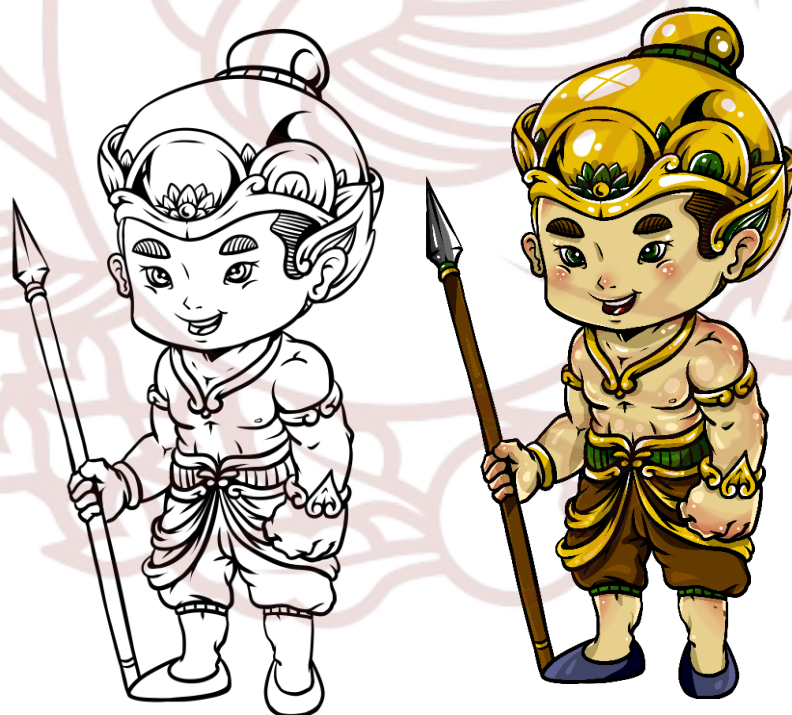
Kembaran dari Nakula, mempunyai sifat yang cerdas, aksesoris tidak berlebihan, warna didominasi dengan warna coklat melambangkan kesederhanaan.

2) Ciri

Gelung yang berbentuk bulat, aksesoris sederhana, baju berwarna coklat, membawa tombak.

3) Sifat

Cerdas, cakap, baik hati, lincah



Gambar 71. Sadewa Pose Idle
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

- 4) Keahlian memainkan senjata Sadewa hampir sama seperti kakaknya Yudhistira yaitu berupa tombak, hanya saja Sadewa tidak memiliki senjata istimewa pemberian dewa.



Gambar 72. Sadewa Pose Action

Sumber: Akhmad Syaiful Anwar

- 5) Adegan cerita Nakula dan Sadewa dijadikan satu karena cerita didalam pewayangan mereka hanya dijadikan *cameo* atau pelengkap saja. Cerita yang diambil ketika Nakula dan Sadewa membunuh raksasa bernama Sapujagad.



Gambar 73. Nakula dan Sadewa bertempur melawan Raksasa Sapujagad
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

2. Desain Senjata

Senjata dalam pewayangan merupakan salah satu aksesoris yang selalu melekat pada tokoh wayang tersebut. Kebanyakan tokoh wayang memiliki senjata khasnya tersendiri enath itu dari bentuk, warna, penggunaan hingga cara mendapatkannya. Tokoh Pandawa sebagian besar juga memiliki senjata khas. Penciptaan senjata berbeda dengan karakter tokoh pewayangan yang didistorsikan menjadi *chibi*, sedangkan untuk senjatanya sendiri dibuat sesuai dengan senjata yang ada di wayang kulit.



Gambar 74. Senjata - Senjata Tokoh Pandawa
Sumber: AKhmad Syaiful Anwar (2017)

3. Desain *Layout*

Gaya *layout* juga menyesuaikan dengan target audien juga gaya visual desain karakter yang telah dipilih. *Layout* yang menarik juga menambah minat baca dari audien. Muatan sejarah dan informasi pewayangan yang berat juga mempengaruhi pada isian *layout* yang dibuat lebih ringkas namun tetap berbobot. Warna coklat menjadi warna dasar buku, pemilihan warna coklat memberikan arti kuno dan juga menjadi warna dasar wayang kulit. Setiap awalan pembahasan tokoh nantinya akan diawali dengan ditematkannya satu ilustrasi utuh dari karakter yang akan dibahas, sehingga pembaca akan mengetahui secara pasti apa karakter selanjutnya yang akan dibahas.



Gambar 76. *Layout Buku Mahabarata Rupa*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

Bentuk *font* yang digunakan untuk judul bertemakan ke jawaan dengan lengkungan khas jawa yaitu *The Ganesha*. Sedangkan untuk *font* isi menggunakan *Lato* dengan nilai keterbacaan yang tinggi karena termasuk kedalam *font Helvetica*. Penulisan judul Mahabarata Rupa dengan huruf A dan R diantara kata yang menjadikan inisial AR serta diperbesar tujuannya untuk menguatkan bahwa buku yang akan dibuat akan memanfaatkan teknologi *augmented reality*.

mahabaratA Rupa

GADHUG 5

Gambar 75. Judul Buku
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

4. Desain 3D

Kebutuhan desain karakter tiga dimensi sebagai objek *augmented reality* dari setiap karakter Pandawa yang ada di dalam buku. Desain karakter 3D dibuat menyerupai dengan karakter 2D. Pewarnaannya pun disesuaikan dengan desain karakter dua dimensinya. Objek 3D akan dibagi menjadi dua yaitu *pose idle* dan *pose action* sesuai keterangan yang ada di buku. Posisi *idle* hanya berdiri tegak dan sesekali menggaruk kepala atau merubah posisi kaki atau tangan, sedangkan untuk *pose action* mengikuti gaya atau senjata yang digunakan.



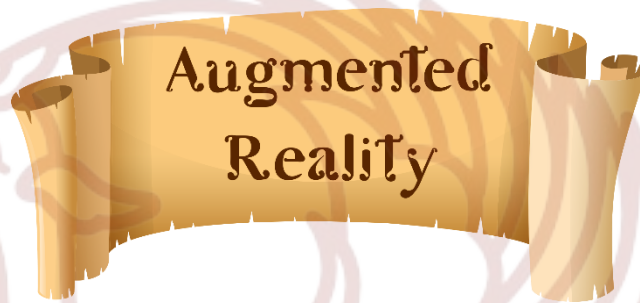
Gambar 77. Desain Karakter 3D
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

5. User Interface

a) Tombol

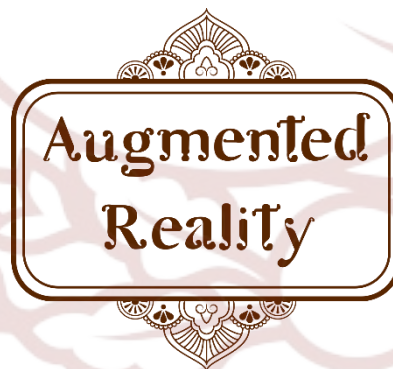
Desain dan fungsi tombol harus saling mendukung, sehingga bisa menghasilkan tombol yang bagus dalam segi visual serta fungsional. Tahap desain tombol menggunakan *software Corel Draw*. Mengacu pada desain tombol pertama, visual tombol diambil dari

sebuah kertas gulungan kuno. Warnanya pun disesuaikan dengan kertas kuno berwarna coklat yang terdapat gulungan di kedua sisinya. Orientasi kertas dibuat horisontal karena kebutuhan dalam penulisan yang lebih memanjang.



Gambar 78. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

pemanfaatan motif batik untuk alternatif desain tombol kedua pada sisi bagian atas maupun bawah sedangkan untuk *framing* nya menggunakan dua *outline* kotak yang berbeda ketebalannya, sedangkan untuk setiap sudutnya dibuat menumpul.



Gambar 79. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Konsep desain tombol pertama dan kedua terlihat belum mempresentasikan anak remaja, maka pada desain tombol ketiga warna dan bentuknya banyak mendapatkan perubahan. Tombol akan

dilengkapi dengan *icon* dengan tulisan. Bentuk *icon* dibuat dengan sudut yang membulat. Secara keseluruhan desain tradisional dari segi tulisan dan bentuk serta warna mempresentasikan remaja.



Gambar 80. Desain Tombol Aplikasi Mahabarata Rupa 3
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

b) Menu Utama

Aplikasi yang diciptakan dari segi desain tidak jauh berbeda dengan desain buku untuk menciptakan kesinambungan antara buku dengan aplikasi. Aplikasi *augmented reality* diciptakan menggunakan *software* bernama *Unity* dengan partisi *Vuforia*. Menu utama akan menampilkan judul dari aplikasi yaitu Mahabarata Rupa dan juga tiga buah tombol yaitu tombol *augmented reality* untuk menuju ke kamera yang sudah dibuat sedemikian rupa untuk bisa membaca *marker* yang telah dibuat. Tombol kedua berupa tombol Tutorial dengan fungsi untuk memnginformasikan bagi pengguna yang belum mengetahui bagaimana cara kerja dari aplikasi yang Mahabarata Rupa. Terakhir yaitu tombol keluar yang fungsinya untuk keluar dari aplikasi. Desain pertama penempatan karakter ditengah sednagkan untuk tombol

ditempatkan dibagian bawah *layout*. Tombolnya sendiri memakai desain pertama yaitu kertas gulungan tua.



Gambar 81. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabarata Rupa 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Tombol pada menu utama menutupi karakter sehingga di buat opsi kedua berupa tombol di letakkan ditengah sedangkan karakter berada di sisi kanan dan kiri. Penggunaan tombol menggunakan desain kedua yaitu dengan desain motif batik dengan ada kotak ditengah yang memiliki ujung yang tumpul di bagian pojok.



Gambar 82. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabarata Rupa 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Penataan *layout* desain kedua terlihat tidak simetris sehingga perlu adanya opsi desain menu utama lainnya. *Layout* desain ketiga sedikit berbeda dari *layout* sebelumnya yang penempatan semua karakter berada pada sisi kiri, sedangkan untuk sisi kanan diberikan aksesoris melengkung berwarna biru. Tombolnya juga menyesuaikan, menggunakan desain tombol ketiga yaitu terlihat lebih ke *chibi* an, sehingga ada penggabungan antara tradisional dengan modern.



Gambar 83. Desain Menu Utama Aplikasi Mahabharata Rupa 3
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) *Icon*

Icon menjadi gerbang pertama pada aplikasi untuk mengantarkan para pengguna untuk menggunakan aplikasi. *Icon* bisa menjadi gambaran awal sebuah aplikasi, dengan dukungan visual yang menarik maka bisa meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi. Desain pertama dengan gaya yang masih sama dengan *layout cover* buku maupun menu utama, yaitu menempatkan kesemua karakter dalam satu gambar.



Gambar 85. Desain *Icon* Aplikasi Mahabarata Rupa 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

melihat garis desain yang sama mulai buku hingga menu utama sehingga terlihat *monoton*, maka desain *icon* kedua perlu adanya pembeda tetapi masih dengan garis desain yang sama. Desain kedua menempatkan karakter Bima *action* dengan background *tribal* tradisional. Tepian diberikan garis tebal dengan sudut yang menumpul.



Gambar 84. Desain *Icon* Aplikasi Mahabarata Rupa 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Ukuran sebuah *icon* jika di aplikasikan ke dalam sebuah *smartphone* berukuran kecil, maka desain kedua terlalu kecil jika menampilkan kesemua tubuh dari karakter. Alternatif desain ketiga

hanya mengambil kepala dari karakter bima dengan gelung dilebihkan dari *background* gunung. Pengambilan kepala saja supaya detail terlihat ketika dikecilkan menjadi *icon*. *Background* pun dibuat membulat lagi tidak mengkotak.



Gambar 86. Desain *Icon* Aplikasi Mahabarata Rupa 3 Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

6. Media Promosi

a) *Booth*

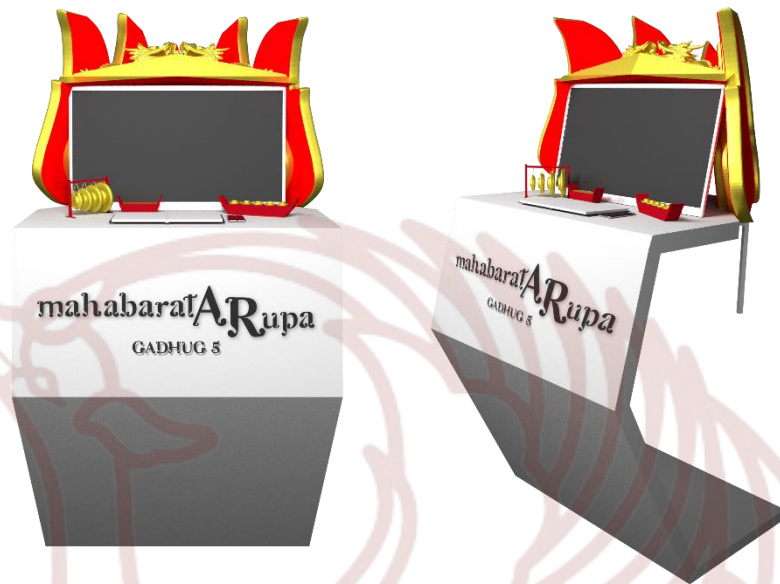
Sesuai dengan konsep awal yang menggabungkan antara *puppet booth* dan panggung wayang kulit. Penyesuaian dilakukan guna untuk efisiensi tempat dan fungsi yang digunakan. Pada bagian yang tengah atas yang biasa digunakan untuk pertunjukkan boneka diganti

fungisikan menjadi tempat monitor atau LCD untuk menampilkan *augmented reality* yang sedang dijalankan.



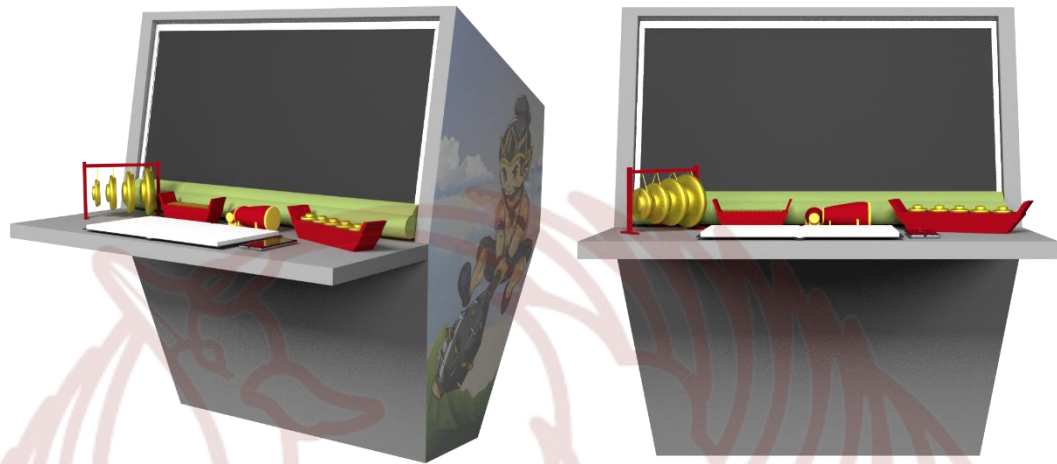
Gambar 87. Desain *Stand Book 1*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

Pemilihan desain kedua mengambil dari gaya *Praba* yang dikenakan pada pementasan wayang kulit dan digabungkan dengan gaya *modern* berupa bentuk alas yang simple namun terkesan dinamis. Material yang digunakan untuk alas menggunakan PVC sehingga kuat untuk menopang beban terutama untuk LCD. Pada bagian atas atau hiasan yang ada disisi LCD maupun hiasan gamelan menggunakan *styrofoam* untuk mempermudah dalam pembentukan desain.



Gambar 88. Desain *Stand Book 2*
 Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

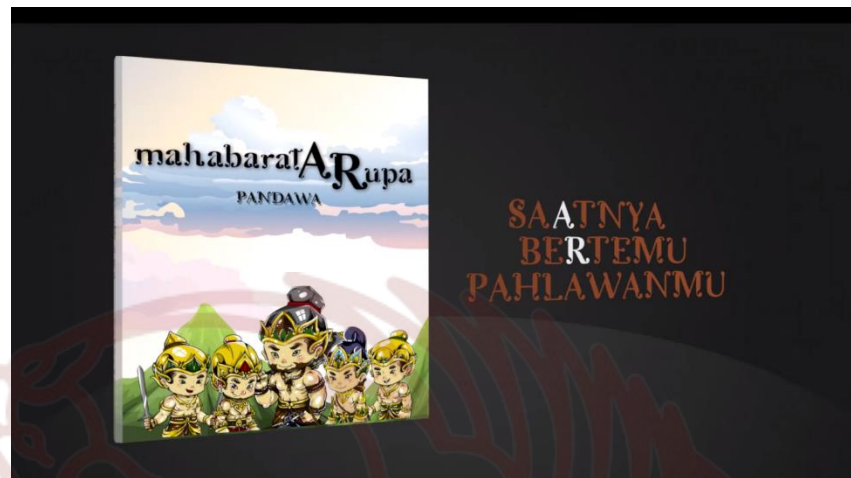
Desain ketiga dibuat dengan lebih modern dengan dominasi warna putih dan terdapat karakter ilustrasi dari wayang Pandawa disbelah kanan dan kirinya. Pada bagian depan terdapat LCD sebagai media output iklan maupun untuk menampilkan aplikasi *augmented reality*, selain itu juga ada tempat untuk menaruh buku, *smartphone* serta aksesoris pendukung berupa miniatur gamelan untuk menunjukkan kesan jawa atau wayangnya.



Gambar 89. Desain *Stand Booth 3*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

b) *Video Ad*

Iklan *video ad* diciptakan berdurasi satu menit menggunakan *software Blender modelling*, *Adobe After Effect* untuk *Composite* dan *Adobe Premiere* digunakan *editing*. Pemilihan durasi satu menit dirasa tidak terlalu panjang dan terlalu pendek, dengan durasi satu menit iklan dapat di *upload* diberbagai media sosial tanpa harus terpotong karena terlalu panjang. *Video* berisikan *teaser* dari buku edukasi Mahabarata Rupa dengan konsep yang minimalis dan terkesan gelap untuk menonjolkan kesan misterius. Gerakannya pun dibuat sederhana dan efek tambahan diminimalisir. Muatan iklan *video* tidak hanya memperlihatkan bukunya saja tetapi juga dari teknologi *augmented reality*.



Gambar 90. Iklan *Video Ad* Buku Mahabharata Rupa
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) Poster

Iklan poster untuk pemanfaatannya bisa digunakan pada media cetak maupun digital sehingga lebih fleksibel dalam pemanfaatan dan pembuatan desainnya. Ukuran poster cetak dengan ukuran A3, sedangkan untuk digital mengikuti ukuran poster cetak. Desain pertama mengambil dasar warna coklat yang terkesan tradisional, sedangkan dibagian tengahnya terdapat ilustrasi buku dan karakter yang memvisualkan tentang *augmented reality*.



Gambar 91. Desain Poster 1 Sumber:
Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Desain pertama masih terkesan kurang anak muda sehingga pada desain kedua dibuat dengan warna yang lebih cerah dan dengan ditambahkan ornamen *gunungan* sebagai background, sedangkan karakter ditepatkan ditengah sebagai *point of interest*. *Tagline* “Saatnya Bertemu Pahlawanmu” ditempatkan ditengah atas supaya mata pembaca langsung mengarah ke *tagline*.



Gambar 92. Desain Poster 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar
(2018)

Segi *layout* pada desain kedua masih kurang sehingga diperlukan perbaikan. Desain ketiga karakter lebih diperbesar dengan diberikan bayangan dibelakangnya. *Tagline* diganti di bawah karakter.



Gambar 94. Desain Poster 3
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Warna desain ketiga terlalu kuat sehingga mata mudah lelah untuk melihat poster, pada desain alternatif ketiga warna lebih di *soft* kan lagi dan juga semua karakter dimunculkan semua sebagai *framing*. Unsur tradisionalnya diambil dari *gunungan* yang tersebar di bagian tepi poster.



Gambar 93. Desain Poster 4
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

layout pada desain keempat masih terlihat biasa dan juga warnanya lebih cenderung ke perempuan karena pemilihan warna yang *soft*. Desain keempat warna dibuat lebih *dark*, tetapi dengan didukung ilustrasi gaya modern.



Gambar 95. Desain Poster 5
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Ilustrasi dari desain kelima masih belum menunjukkan kesan tradisional maka perlu ditambahkan unsur tradisional. Desain keenam ilustrasi dibuat dengan mengikuti garis *outline* karakter dan juga ditambahkan panah serta kerta kuno untuk menambah kesan kesan tradisional.



Gambar 96. Desain Poster 6
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

d) *Leaflet*

Leaflet sebagai bagian dari promosi nantinya akan diletakkan di dekat *booth* sebagai sumber media yang menyampaikan informasi dari awal penelitian hingga menjadi sebuah karya. *Leaflet* menggunakan tiga muka yang lebih mudah dalam membuka maupun menutup, selain itu untuk proses *layout* juga lebih mudah. *Layout* yang dibuat simple karena membutuhkan ruang yang luas untuk penempatan tulisan dan juga ilustrasi. Warna disesuaikan dengan warna poster berupa warna biru tua.



Gambar 97. Desain *Leaflet*
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

e) *X Banner*

Desain *x banner* dibuat menjadi dua buah, desain pertama dibuat dengan menyesuaikan garis desain dari *cover* buku dan menu utama aplikasi. Menampilkan dua karakter dengan ditengahnya terdapat judul dari buku edukasi Mahabarata Rupa. Desain kedua masih sama desainnya tetapi karakter dibuat melebihi dari ukuran *x banner* sehingga lebih menonjol.



Gambar 98. Desain X Banner
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

7. Media Pendukung Promosi

a) Kaos

Kaos menjadi media pendukung utama dalam promosi buku edukasi Mahabarata Rupa. Desainnya tidak jauh berbeda dengan desain pertama yaitu menempatkan karakter dibagian atas kaos lalu bagian kepalanya dihilangkan sehingga terkesan kepala pemakai kaos menyatu dengan karakter wayang.



Gambar 99. Desain Kaos 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

Desain kedua mengambil dari *layout* yang ada di buku Mahabarata Rupa, yaitu karakter ditaruh pada satu *layout* tetapi hanya diambil bagian bawahnya, sedangkan bagian atas adalah siluet dari karakter itu sendiri.



Gambar 100. Desain Kaos 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2017)

b) Mug

Desain mug dibuat sederhana yaitu desain yang pertama dibuat salah satu karakter dengan *pose action* yang di belakangnya diberikan *tribal* gaya tradisional dan di sisi lainnya terdapat tulisan yang menciri khas kan dari karakter itu sendiri.



Gambar 101. Desain Mug 1
Sumber Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Desain kedua sama masih desain yang *simple*, yaitu dengan menampilkan kepala dari karakter yang ditempatkan dikedua sisi mug.



Gambar 102. Desain Mug 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

c) *Sticker*

Pelengkap pendukung media promosi yang lainnya berupa *sticker*. Desain dibuat sederhana dengan menampilkan karakter dengan *pose action* beserta dengan nama karakter.



Gambar 103. Desain Sticker 1
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

Desain kedua sama halnya dengan desain kaos yang menagmbil dari *layout* yang ada di buku Mahabarata Rupa yaitu semua karakter ditempatkan pada satu *layout*.



Gambar 104. Desain Sticker 2
Sumber: Akhmad Syaiful Anwar (2018)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui berbagai proses dalam perancangan Buku Edukasi “Mahabarata Rupa”, memahami bahwa dalam proses penciptaan buku, khususnya buku dengan teknologi *augmented reality* diperlukan adanya perancangan yang sangat matang. Tidak hanya dari segi teknis, tapi yang lebih utama dari segi bagaimana visual dan muatan dari tojoh Pandawa dapat disampaikan secara mudah dan efisien oleh pembaca.

Tantangan lain juga tercipta bukan dari bukunya saja melainkan juga dari perancangan dan penciptaan promosi buku, karena buku Mahabarata Rupa juga mengandalkan teknologi *augmented reality* sehingga metode promosinya pun tidak bisa disamakan dengan buku pada umumnya. Uraian yang telah dijelaskan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pada proses penciptaan buku secara garis besar mirip dengan buku edukasi pada umumnya. Namun terdapat perbedaan yang besar pada pemanfaat yang lebih berupa penggunaan teknologi *augmented reality*, selain itu hal yang berbeda dan sukar pada pembuatan Buku Mahabarata Rupa Pandawa adalah penggabungan antara desain tradisional yang digabungkan dengan desain modern, karena keduanya sesuatu yang saling bertolak belakang. Perancangan media pendukung juga harus direncanakan dengan tepat dan sesuai dengan target audien dengan menggunakan kaidah Desain Komunikasi Visual agar tujuan perancangan Buku Edukasi “Mahabarata Rupa” tercapai dengan baik.

Proses pembuatan buku edukasi dengan pemanfaatan teknologi jauh berbeda dengan buku edukasi lainnya. Dibutuhkan penataan *layout* yang tepat, karena aplikasi *augmented reality* membutuhkan *marker* untuk bisa menampilkan objek 3D. Pembuatan aplikasi pun juga bisa dibilang rumit karena memang sebelumnya belum pernah mengoperasikan *software augmented reality*. Dibutuhkan kejelian untuk menciptakan sebuah aplikasi AR, terlebih lagi belum mengerti sama sekali tentang *script* sebuah untuk aplikasi AR, jika salah satu huruf saja maka salah satu fungsi atau bahkan keseluruhan aplikasi tidak bisa berjalan. Semua rintangan tersebut terbayar lunas dengan berfungsinya semua *tool* yang ada pada aplikasi, selain itu juga menambah wawasan akan proses dan penciptaan sebuah aplikasi *augmented reality Android*.

Tahap terakhir pada metode penciptaan setelah perwujudan yaitu evaluasi. Evaluasi dilakukan di beberapa sekolah SMA dengan melibatkan puluhan siswa. Survei diawali dengan memberikan lima pertanyaan kepada siswa, kemudian setelah menjawab siswa membaca dan menjalankan aplikasi dan kemudian mereka diberikan pertanyaan berbeda dari yang awal. Hasilnya memuaskan, peningkatan remaja meningkat lebih dari 60% setelah membaca dan menjalankan aplikasi Mahabarata Rupa. Sehingga optimis jika buku edukasi wayang Pandawa dipasarkan kepada masyarakat khususnya remaja, wawasan remaja akan bertambah akan budaya tradisi wayang kulit.

B. Saran

Membicarakan tentang buku edukasi, banyak orang berasumsi buku yang tebal dengan penuh tulisan dan membosankan serta visual yang bisa dibilang biasa.

Padahal lebih dari itu buku edukasi merupakan salah satu media pembelajaran yang berfungsi menambah wawasan kepada pembaca secara mendalam. Isi muatan yang berat banyak orang yang malas untuk membuka apalagi membacanya, sehingga para pencipta buku membutuhkan sesuatu yang berbeda dan penyampain yang tepat, salah satunya dengan pemanfaatan teknologi terkini. Pemanfaatan teknologi juga bisa mendorong minat baca serta mampu untuk bersain dengan buku edukasi lainnya dari dalam maupun luar negeri.

Perancangan Buku Edukasi “Mahabarata Rupa” diharapkan dapat menarik minat baca para kalangan remaja untuk terus melestarikan budaya nusantara khususnya wayang. Potensi *augmented reality* pada buku edukasi kali ini bisa dibilang masih belum maksimal tapi diharapkan kedepannya pengaplikasiannya dapat ditingkatkan kembali. Harapannya dengan Buku Edukasi “Mahabarata Rupa” dapat menjadi alternatif bagi para remaja untuk mempelajari budaya wayang di era serba *digital* seperti sekarang ini, dan kedepannya diharapkan ada edisi lanjutan dari tokoh – tokoh pewayangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro Nurhadi Panindias. 2014. *Keris Magic Book Sebagai Pengenalan Keris Kepada Remaja*. Jurnal tidak diterbitkan. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Azuma , Ronald T. 1997. *A Survey of Augmented Reality*. Jurnal tidak diterbitkan. Califonia: Hughes Research Laboratories.
- Bambang Widianto dan Iwan Mulia Pirus. 7 Juni 2009. Perspektif Budaya Kumpulan Tulisan Koentjaraningrat Memorial Lectures IV/ 2004 – 2008. *Rajawali Pers*. Hlm. 27
- Crowther, J.R. 1995. *ELISA: Theory and Practice*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Dorothea Wahyu Ariani. 2014. *Pengantar Bisnis*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Echols, John M.; Hassan Shadily. 2010. *Kamus Inggris – Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Fendi Aji Purnomo. 2016. *Implementasi Teknologi Augmented Reality Pada Museum Sangiran*. Tugas Akhir tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- G.A.J. Hazeu. 1897. *Bijdrage Tot De Kennis Van Het Javaansche Toneel*. Disertasi tidak diterbitkan. Leiden: Universitas Leiden.
- Haller, Michael; Mark Billingham; Bruce H. Thomas. 2007. *Emerging Technologies of Augmented Reality: Interface and Design*. London: Idea Group Publishing.

Happy Ari Setyawan. 2016. *Nakula The Brotherhood Permainan 2D Berbasis Android*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

Hart. Christopher. 2013. *Draw Manga Now! Chibis, Mascot and More*. New York: Watson Guptill.

Ivan Aditya. 2013. *Branding dan Promosi Urban Toys yang Mengadaptasi Wayang Ramayana "Ayodya"*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Jurnal

Koentjaraningrat. 1997. *Kebudayaan Mentalitas dan pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Masnur Muslich. 2010. *Fonologi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto. 2005. *Teori Teori Kebudayaan*. Jakarta: Kanisius.

Nickels, W.G. 2005. *Understanding Business*. Singapore: McGraw-hill & Irwin.

Papanek, Victor. 2015. *Design for The Real Virtual*. New York: Batam Book.

Pusat Bahasa Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta. Balai Pustaka.

Rangga Pramudia. 2016. *Sebaran dan Karakteristik Stand Booth di Kecamatan Depok, Yogyakarta serta Faktor Faktor yang Mempengaruhinya*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

S.H. Rewoldt. 2005. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sanni Siltanen. 2012. *Theory and Applications of Marker-Based Augmented Reality*. Finlandia: Utgivare.

- Sena Wangi. 1999. *Ensiklopedia Wayang*. Jakarta: Sena Wangi.
- Sigit Santoso. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: PT. Elex Komputindo Kompas Gramedia.
- Sri Mulyono. 1976. *Wayang Asal Usul, Filsafat & Masa Depan*. Jakarta: Badan Penerbit ALDA.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sumbo Tinaburko. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Supratno. 2006. *The Encyclopedia Wayang*. Surakarta: Badan Penerbit ALDA.
- Surianto Rustan. 2009. *LAYOUT Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Suryanto Rustan. 2014. *LAYOUT Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Suyatinah. 2001. *Analisis Buku Teks Bahasa Indonesia Sekolah Dasar*. Yogyakarta: Laporan Penelitian FIP – UNY.
- Tarigan, Henry G. 1986. *Menulis Sebagai Suatu Keahlian Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Widi Putra Setyawan; Muhammad Taufik; Annas Marzuki Sulaiman. 2015. *Perancangan Booth Sebagai Media Promosi Utama Perumahan Beringin Elok*. Jurnal tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Dian Nuswanto.

Wawancara

Blacius Subono, S.Kar., M.Sn, 57 tahun, Surakarta, dosen Jurusan Pedalangan,

Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Surakarta.

R.M. Soeharno, S.Kar. 46 tahun, Surakarta, pengamat budaya dan dalang.




LAMPIRAN

Hasil Kuisisioner yang Telah Disebar

UMUR : 22
SEKOLAH : UMS




SIAPAKAH NAMA TOKOH PEWAYANGAN YANG ADA DI BWAH INI:

NAMA: *Angus*






PILIH SALAH SATU STYLE ILLUSTRASI WAYANG YANG KAMU SUKAI:

A. VIDEO ☐ B. MANGA ☐ ~~C. REALIST~~ ☒

D. SILHOUETTE ☐ ~~E. ORIGINAL~~ ☒ F. CHIBI ☐

UMUR : 15
SEKOLAH : SMA AL ISLAM 1 SURABAYA

SIAPAKAH NAMA TOKOH PEWAYANGAN YANG ADA DI BAWAH INI:

NAMA: *Baratayuda*



PILIH SALAH SATU STYLE ILLUSTRASI WAYANG YANG KAMU SUKAI:

A. VIDEO



B. MANGA



C. REALIST



D. SILHOUETTE



E. ORIGINAL



F. CHIBI



UMUR : 16
SEKOLAH: SMA 2 SURABAYA

SIAPAKAH NAMA TOKOH PEWAYANGAN YANG ADA DI BWAH INI:

NAMA: ~~BOEYOK~~ ~~DESSA~~
~~SHAKA~~
PETRUK.



PILIH SALAH SATU STYLE ILLUSTRASI WAYANG YANG KAMU SUKAI:

A. VIDEO



B. MANGA



C. REALIST



D. SILHOUETTE



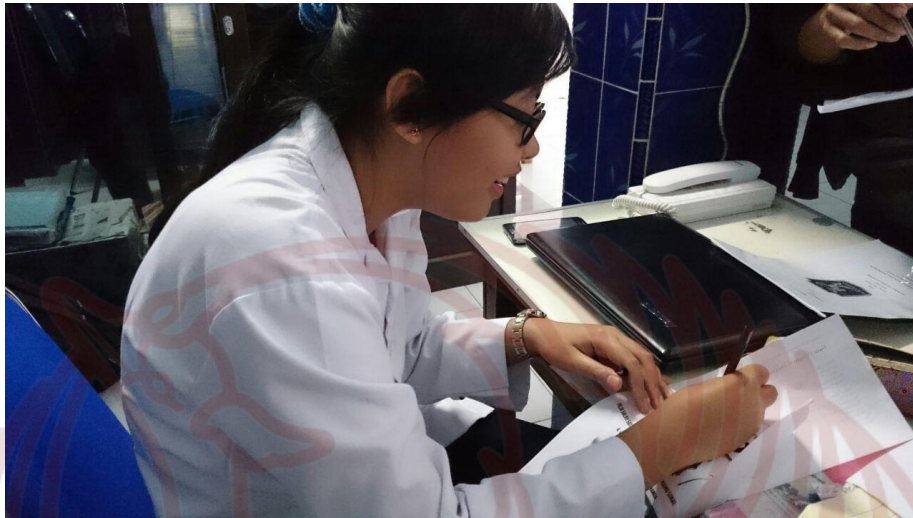
E. ORIGINAL



F. CHIBI



Foto Survei Di Beberapa Sekolah



Wawancara bersama Bapak Blacius Subono, S.Kar., M.Sn



Lampiran Wawancara Bersama Bapak Blacius Subono, S.Kar., M.Sn

1. Mahasiswa: Bagaimana perkembangan budaya wayang pada anak remaja sekarang?

Narasumber: Sebenarnya sekarang mulai banyak gebrakan yang telah dilakukan dengan berbagai cara. Semua itu patut diberi apresiasi, yang penting jangan sampai terputus.

2. Mahasiswa: Apa penyebab terjadinya penurunan angka partisipan remaja terhadap pelestarian budaya?

Narasumber: Sudah banyak upaya yang telah dilakukan tetapi semua itu kembali kepada individu masing – masing. Semua masalah tentang degradasi budaya di Indonesia itu sangat kompleks. Satu yang menjadi kendala dari instansi atau pemerintah dalam mengedukasi kepada masyarakat tentang sebuah budaya khususnya wayang yaitu tentang dana.

3. Mahasiswa: Apa saja upaya yang sudah dilakukan untuk menanggulangnya?

Narasumber: dari berbagai bidang dan cara sudah ditempuh, tetapi tadi kembali ke awal bahwa semua itu dari individu masing – masing. Walaupun semua banyak kendala, yang terpenting jangan sampai putus asa.

4. Mahasiswa: Jika dengan pemanfaatan teknologi apakah bisa berhasil?

Narasumber: Semua cara harus dicoba jangan sampai putus asa.

5. Mahasiswa: Dengan dukungan *augmented reality* bisakah mengubah *image* wayang yang dulunya tradisional menjadi *modern* dan bisa menjadi favorit bagi remaja?

Narasumber: Di coba dulu, semua kita usahakan terlebih dahulu, jika tidak berhasil maka kita perlu mencari jalan lainnya supaya bisa berhasil.



